

A Moda e a sua Disseminação entre 1960-1969:

A Influência da Moda na Sociedade Feminina

Irina Fernandes Parreira

Licenciada em Design de Moda

Dissertação elaborada para a obtenção do Grau de Mestre em Design de
Moda

Orientação científica:

Professora Doutora Maria Heloïsa Albuquerque

Júri:

Presidente: Professora Doutora Teresa Michele Maia dos Santos

Vogal: Professora Doutora Maria João Neto

Orientadora: Professora Doutora Maria Heloïsa Albuquerque

Documento Definitivo

Lisboa, FA ULisboa, Dezembro de 2017 (6-12-2017)

Dedicatória

Dedico esta investigação aos meus pais que tanto me apoiaram nesta fase tão delicada e trabalhosa do meu percurso investigativo. Sem eles não seria possível ter a dedicação e o empenho na elaboração e desenvolvimento do mesmo.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente aos meus pais pelo tempo, dedicação e apoio que me facultaram durante todo o processo e desenvolvimento deste desafio académico. A gratidão para com eles não é só perante a elaboração desta dissertação, mas em todos os momentos vividos até então. Sempre presentes e empenhados, agradeço-lhes o auxílio e a proteção nas fases mais difíceis. Ao meu pai, em especial, agradeço também o conhecimento sobre a História de Portugal e os relatos verídicos da mesma, que tanto me fascinaram.

Exprimo um grande agradecimento à Professora Doutora Maria Heloísa Albuquerque, orientadora da dissertação, pelas enfáticas e interessantes conversas sobre História da Arte e História da Moda que me maravilharam. Agradeço-lhe, ainda, toda a disponibilidade de recursos e ajuda no desenvolvimento da dissertação através de opiniões, conceitos e ideias.

Agradeço também ao Professor Doutor Fernando José Carneiro Moreira da Silva pelo auxílio e indicação da orientação.

Ao André Martins agradeço toda a força e auxílio prestado incondicionalmente. Foi sempre o grande suporte do meu equilíbrio e sobriedade durante esta árdua fase.

Por fim agradeço a todos os meus irmãos e restante família pela paciência e compreensão que sempre me dispensaram.

Resumo + Palavras Chaves

Os anos 60 são lembrados como um período histórico repleto de rebeldia, revolta e evolução. Todos estes desenvolvimentos marcaram profundamente a história, a sociedade e as gerações seguintes.

As ideologias juvenis revolucionárias moldaram a sociedade. Os jovens renunciaram aos costumes e à educação tradicional o que desencadeou manifestações e emancipações. Os jovens, principalmente as raparigas, desejavam a emancipação e a liberação dos seus direitos. Estes comportamentos mais liberais profetizaram mudanças e originaram as primeiras manifestações feministas nos anos 60.

Os eventos ocorridos evidenciaram-se principalmente na moda. O vestuário feminino abandonou as formas elegantes da *Haute-Couture*. As jovens passaram a desejar vestir roupas simples e sem forma, onde não se evidenciassem quaisquer formas do corpo feminino e procuravam apenas o conforto. Com este procedimento a Alta-Costura perdeu o seu prestígio e foi substituída pelo pronto-a-vestir. Pela primeira vez, a *subcultura* sobrepõe-se à moda da Alta-Costura.

A ocorrência de tais circunstâncias, como desprezo pela moral do antigamente, a mudança de mentalidades e a procura pela extravagância e provocação, despertaram o interesse para o caso de estudo “ *A Moda e a sua Disseminação entre 1960-1969: A Influência da Moda na Sociedade Feminina*”.

Nesta investigação pretende-se analisar os fatores que contribuíram para as mudanças da posição da mulher na sociedade e na moda. Para alcançar tais conhecimentos recorreu-se a leituras, a inquéritos e a análises de testemunhos vivos.

Palavras-chave: Moda, rebeldia, provocação, emancipação, extravagância

Abstract + key- words

The sixties are reminded as a historical period full of rebellion, anger and evolution. All these developments left a deep mark on history, society and on the next generations.

The youth revolutionary ideologies shaped society. Young people rejected old habits and traditional upbringing, which led to demonstrations and emancipation. They, mainly girls, were looking forward to their emancipation and the liberation of their own rights. These more liberal behaviours were a prediction of great changes and led to the first feminist demonstrations in the sixties.

All these events could be reflected mainly in fashion. Women's clothes didn't have the graceful style from Haute-couture any more. Female teenagers wore simple and shapeless clothes without emphasizing their body shapes, and comfort was the only important aspect. Due to this change the prestige of haute-couture decreased and it was replaced by ready-made clothing. For the first time the subculture became more relevant than haute-couture fashion.

These circumstances, such as the disregard of moral values of the past, the changes in the way of thinking and the search for eccentricity and provocation, aroused the curiosity to this case study : "Fashion and its spread between 1960-1969: The influence of fashion in female society".

This research tries to analyse the factors that contributed to the changes in the role of women in society and fashion. To reach this knowledge were used readings, interviews, surveys and analysis of living testimonies.

Key-words: Fashion, rebellion, provocation, emancipation, eccentricity

Lista de acrónimos e abreviaturas

cód.	código
déc.	década
séc.	século
Y.S.L	Yves Saint Laurent
PVC	Policloreto de vinilo
E.U.A	Estados Unidos da América
MPF	Mocidade Portuguesa Feminina

Glossário

Atelier:	Local de trabalho de um artista;
Avant-garde:	À frente do seu tempo, muito futurista;
Arte Povera:	Expressão artística criada por um curador italiano;
Baby- Doll:	camisa de noite curta;
Baby- Boom:	Bebés que nasceram depois da Segunda Guerra Mundial;
Beatnik:	Movimento sociocultural dos anos 50 e principio dos anos 60, anti-materialista;
Beat:	Diminutivo de <i>Beatnik</i>
Boutique:	Pequena loja que vende roupa a retalho;
Calças cigarette:	Calças em sarja que alongam pelo corpo e afunilam no tornozelo;
Cardine:	Tecido original e produzido pelo criador Pierre Cardin;
Chic:	Elegância e refinamento pretensiosos; origem francesa;
Cool:	Bom;

Collants:	Meia calça, peça de roupa interior que reveste as pernas, os pés e sobe até à cintura;
Croché:	Malha, renda feita à mão com agulha de bico em gancho;
Couture:	Alta-costura; roupa de alta qualidade;
Dandy:	Modo de vestir masculino, que se caracteriza pela preocupação com a imagem pessoal;
Écharpe:	Peça de vestuário estética que tem como função proteger o pescoço;

Expressionismo

Abstrato:	Movimento artístico com origem nos E.U.A
Gangsters:	Membros de uma quadrilha criminoso;
Glamour:	Beleza e sensualidade ;
Haute- couture:	Alta-costura; roupa de alta qualidade;
Hippie:	Grupo contracultura dos anos 60 e 70 que se opunha aos valores da sociedade;
Hollywood:	Distrito da cidade de Los Angeles na Califórnia nos E.U.A, onde existem várias produtoras de cinema;
In's:	Locais agradáveis e na moda, onde os jovens se juntavam;
Jeans:	Calças de ganga;
Layouts:	Fixação de elementos gráficos num determinado espaço ou superfície.
Loja das Meias:	Boutique portuguesa que vende roupas de luxo;
Look:	Coordenado de vestuário, Visual utilizado;
maiô:	Indumentária de material flexível utilizado na natação;
Minimalismo:	estilo ou movimento artístico que tende para a simplicidade;
Modernist:	Expressão inglesa que retrata a modernidade, Grupo social contracultura de origem inglesa;
Mod:	Diminutivo da palavra <i>modernist</i> ;
Moder:	Grupo juvenil inglês que se vestia com roupas minimalistas;

Must:	Vestuário indispensável num guarda-roupa;
Nylon:	Tecido sintético da família das poliamidas;
New look:	Coleção produzida por Christian Dior, em 1947, referente a uma nova época;
Op Art:	Vertente artística que explora a flexibilidade do olho;
Passerelles:	Percurso longo destinado a desfiles de moda;
Patchwork:	Pedaços de tecido de cores ou padrões diferentes, cosidos entre si;
Performance:	Manifestação artística que combinada várias formas de expressão;
Psicadélico:	Que altera a percepção sensorial, causando alucinações; que é relativo ao psicadelismo;
Psicadelismo:	Estado psíquico provocado por alucinogénios;
Pop art:	Vertente artística de origem inglesa;
Prêt- à- Porter:	Termo francês utilizado para pronto-a-vestir;
Ready-to-Wear:	Termo inglês utilizado para pronto-a-vestir;
Rock and Roll:	Estilo musical que surgiu nos Estados Unidos no final do anos 1940 e início dos anos 1950;
Rockabillys:	Sub-género do Rock and Roll;
Rockers:	Motoqueiros ou motares;
Safari:	Expedição por terra em lugares selvagens;
Sixties:	Anos sessenta;
Stars:	Estrelas de cinema;
Standard:	Produção de materiais em série;
Status:	Estatuto Social;
Stiletto:	Sapato com salto alto em agulha e ponta de bico;
Street:	Significado de rua em Inglês;

Street Style:	Estilo de rua, estilo inspirado no que é utilizado por diferentes indivíduos das várias classes sociais;
Sufragistas:	Mulheres que no final do século XIX lutaram pelo direito ao voto;
Surrealismo:	Movimento artístico parisiense da década de 1920;
Swinging London:	Londres Oscilante;
Siwing:	Oscilar;
Swinging sixties:	Oscilantes anos sessenta; expressão utilizada referente à época;
Sport Wear:	Vestuário de desporto e descontraído;
Subcultura:	Grupo que sai fora dos padrões da cultura dominante, opondo-se a ela;
Surrealismo:	Movimento artístico francês nascido a meados dos anos 20. Utilizava um pensamento liberto sem preocupação lógica, artística ou moral.
Tabu:	Assunto do qual não se pode ou não se deve falar;
Tailleus:	Conjunto de vestuário feminino composto por saia e casaco curto;
Teenagers:	Adolescentes;
Teen:	Diminutivo de teenagers;
Tricô:	Tecido de malhas entrelaçadas, feitas à mão;
T-shirt:	Camisola de algodão, geralmente de mangas curtas, em forma de T.
Vanguardista:	Sujeito ou objeto que dispõe ou pratica avant-garde;
Vestuário Airline:	Vestuário utilizado pelas hospedeiras de bordo;
Vinil:	Material plástico com diversas utilizações, obtido pela polimerização do cloreto de vinilo.
Viscose:	Tecido de origem vegetal, utilizado para a seda artificial;

Índice Geral

Dedicatória	III
Agradecimentos	V
Resumo + Palavras Chaves	VII
Abstract + key- words	IX
Lista de acrónimos e abreviaturas	XI
Glossário	XI
Índice Figuras	XVII
Índice de Gráficos	XVIII
1. Introdução	1
2. Contextualização Histórica dos anos 50 do Século XX	5
2.1. Os anos 50	5
2.1.2. Contexto Histórico.	6
A moda nos anos 50, mulheres e ícones	6
2.2. Síntese	22
3. Contexto histórico dos anos 60 do Século XX	25
3.1. Contexto histórico e artístico dos anos 60	25
3.2. Mulheres nos anos 60; Direitos e Poderes	30
3.2.1. Síntese	40
3.3. A moda nos anos 60	41
3.4. Anos 60 e a moda em Londres (Swinging London)	66
3.5. Síntese	76
4. A Moda em Portugal nos anos 60	79
4.1 Contexto Histórico	79
4.1.1. Anos 60 em Portugal	79
4.2. A mulher em Portugal	86
4.3. A percepção da moda em Portugal	94
4.3.1 Inquéritos realizados em Portugal	96
4.3.2. A moda portuguesas nos centros urbanos	109
4.4. A moda portuguesa e as suas variações ao longo da década de 60	114
4.5. Síntese	120

5.Conclusão	123
Referencias bibliográficas	127
Referências Bibliográficas de imagens	131
Bibliografia	133
Contextos históricos e desenvolvimento das temáticas	133
Moda, mulher e arte em Portugal	137
Extras; Apoio de Escrita	139
Teses/ Dissertações ou outras provas académicas	140
Jornais, Revistas e Catálogos	141
Registo de filmes e series	142
Anexos	143

Índice Figuras

2. Capítulo anos 50.

Figura 1. New Look de Dior, 1947.	pag. 8
Figura 2. Sapato <i>Stiletto</i> , 1950.	pag. 9
Figura 3. Coco Chanel com <i>Tailleur</i> , 1962.	pag. 12
Figura 4. Ilustração de senhora e filha, 1957.	pag. 13
Figura 5. Atriz com uns <i>jeans</i> vestidos, 1953.	pag. 15
Figura 6. Brigitte Bardot de biquini, 1953.	pag. 16
Figura 7. Maquilhagem de senhora anos 50, 1957.	pag. 17
Figura 8. Senhora dos anos 50, 1957.	pag. 17
Figura 9. Exemplo de exercícios físicos, 1957.	pag. 18
Figura 10. <i>Barbie</i> , 1959.	pag. 19
Figura 11. Fotografia de Katharine Hepburn, 1950.	pag. 21

3. Capítulo anos 60.

Figura 12. Obra de Andy Warhol, 1960.	pag. 27
Figura 13. Bridget Riley, 1965.	pag. 28
Figura 14. Twiggy.	pag. 37
Figura 15. Audrey Hepburn, <i>Cinderela em Paris</i> , 1957.	pag. 39
Figura 16. Audrey Hepburn, <i>Breakfast at Tiffany's</i> , 1961.	pag. 39
Figura 17. Jovens em campanha publicitária, 1967.	pag. 42
Figura 18. Vestido de Y.S.L com estampado Mondrian, 1965.	pag. 48
Figura 19. Jaqueta safari de Y.S.L, 1967.	pag. 48
Figura 20. "Le Smoking" de Y.S.L, 1966.	pag. 48
Figura 21. Campanha publicitária de André Courrèges.	pag. 50
Figura 22. Uniforme <i>Airline</i> criado por Emilio Pucci.	pag. 53
Figura 23. Mary Quant, 1965.	pag. 55
Figura 24. <i>Collants</i> femininos.	pag. 56
Figura 25. Calças <i>cigarratte</i> de senhora, 1963.	pag. 58

Figura 26. Vestido com estampado latas de sopa.	pag. 63
Figura 27. Capa da revista TIME, 1966.	pag. 68
Figura 28. <i>Mods</i>	pag. 70
Figura 29. <i>Skinhead</i>	pag. 71
Figura 30. Loja BIBA	pag. 74

4. Capítulo anos 60 em Portugal.

Figura 31. Capa da revista <i>Modas & Bordados</i> , 1968.	pag. 95
Figura 32. Capa da revista <i>Modas & Bordados</i> , 1969.	pag. 95
Figura 33. Casamento duma das inquiridas, 1966.	pg. 102
Figura 34. Moda nas ruas de Lisboa, 1965.	pg. 112
Figura 35. Moda nas ruas de Lisboa, 1965.	pg. 112
Figura 36. Desfile coleção primavera/ verão, 1967.	pg. 118
Figura 37. Passagem de modelos, 1969.	pg. 119

Índice de Gráficos

Gráfico 1.	pg.108
Gráfico 2.	pg.108
Gráfico 3.	pg.108
Gráfico 4.	pg. 108
Gráfico 5.	pg. 108

1. Introdução

“O vestuário é comunicação.(...) Mas a semiologia veio aperfeiçoar esta tomada de consciência e agora permite-nos inserir a nossa noção da comunicabilidade do vestuário num quadro mais amplo, no quadro de uma vida em sociedade onde tudo é comunicação”.

(ECO,1989,pp.7;8)

A comunicação da moda captou e continua a captar a atenção e a participação em inúmeras órbitas laborais, no contorno de todas as variantes sociais. A moda seduziu e seduz diversos sociólogos e historiadores. Eles interpretaram as motivações e o funcionamento das sociedades, que desde a antiguidade estão ligadas à moda. Ela é ubíqua, encontra-se em praticamente tudo o que nos rodeia.

Na história da moda e do vestuário, encontram-se inúmeros exemplares literários, onde é possível averiguar as várias vertentes estéticas, sociais e estilísticas dos diferentes setores. A moda funcionou como uma liturgia que reuniu as mais diversas áreas de investigação ao longo de séculos.

Ela assemelha-se, pode dizer-se, a um espelho que permite refletir sobre gerações, civilizações, tradições, destinos, evoluções e também sobre a incondicional necessidade do novo.

A moda distinguiu sociedades hierarquicamente, tanto na esfera do traje como na dos objetos e da cultura moderna. Apesar do autoritarismo entre as classes sociais, dos valores e das significações culturais modernas, a moda surgiu pelo desenvolvimento do culto do “Novo”, da mesma maneira que a expressão da individualidade humana. O culto do novo, inerente ao procedimento humano

permitiu estabelecer a criação do sistema da moda, na idade Média, composto por signos, capazes de se expressarem em diferentes sentidos.

Este sistema, que ao longo dos anos, sofreu um processo transformativo evoluiu e possibilitou-lhe uma atualização momentânea, tornando-a a realidade atual. O seu crescimento foi impulsionado com especial destaque no pós Segunda Guerra Mundial e gerações revolucionárias que delas surgiram. (LIPOVETSKY,2010,pp.17,18)

Em consequência, este estudo abordará com maior relevância as décadas de cinquenta e sessenta, com principal destaque na moda feminina e suas mutações durante os anos 60.

Nestes anos a moda enquadra-se na cronologia dos estilos e nas variáveis da elegância, nos pontos de reflexão organizacionais e estéticos, assim como nos sociológicos que determinaram o percurso plurissecular da moda.

Neste trabalho explanam-se lógicas de pensamento baseados nos estudos já realizados e publicados. Analisaram-se as divergências da moda ao longo da década de 50 e 60, assim como as linhas do seu desenvolvimento e impacto nas sociedades da época.

A presente investigação tem por objetivo compreender a ascensão da moda, o poder de evolução e a sua penetração no consumo, na comunicação e na sociedade.

Nesta análise (literária), pretende-se entender e explorar as alterações drásticas e marcantes produzidas na moda e nas gerações dos anos 60 e suas influências nas gerações seguintes, visto que antes da década sessenta, nunca tinha existido uma mudança de mentalidades e moral tão forte e marcante.

A pesquisa destas ocorrências implicou a investigação em várias fontes bibliográficas de diferentes origens, referentes às sensibilidades da moda, de forma a documentar o método de trabalho, na realização objetiva do documento/ trabalho.

Com esta investigação procura-se analisar os recursos envolventes que proporcionaram o impacto da mudança na época em destaque e entender a motivação para a aceitação dos novos costumes. Assim, pretende-se focalizar e recolher conhecimentos sociológicos da ascensão da moda no período dos anos 60, explorar o impacto da década de sessenta na sociedade feminina portuguesa e a sua adesão à modernidade do vestuário.

“A moda surpreende sempre pois manifesta-se como um agente de excelência da espiral individualista e da consolidação das sociedades liberais” (LIPOVETSKY, 2010,p.20).

2. Contextualização Histórica dos anos 50 do Século XX

Os anos cinquenta foram muito interessantes e propícios à evolução da moda e suas mutações. Esta década foi marcada pelo fim da II Guerra Mundial, que proporcionou várias alterações sociais e económicas. Todos estes feitos impulsionaram enfaticamente a geração seguinte, os anos 60.

2.1. Os anos 50

As décadas de 20 e 30, contrariamente à década de 40, marcada pela II Guerra Mundial, foram prósperas na diversão, na popularidade social e no surgimento de vários criadores da alta-costura. No período de guerra, a moda e a costura devido às exigências do tempo, foram menos aplicadas. A sociedade andava entristecida e as possibilidades económicas eram muito escassas para a quase totalidade das classes sociais. (VINCENT, 1989, pp. 57,59) .Nos últimos anos das décadas de 40 e 50 tudo mudou. A felicidade e os prazeres momentâneos voltaram a fazer parte das vivências diárias. Uma nova era começou.

As pessoas desejavam ser belas, bem sucedidas e viver num sonho constante. Os anos 50 caracterizaram-se pela procura incessante da satisfação própria, em prol da representação de uma felicidade sempre maior e superior ao do próximo. A sociedade estava ávida de sedução, desejo e ambição. A guerra era passado, vivia-se apenas o prazer do presente.

" (...) a aparência e poder são inseparáveis, pois o exercício desta é uma prática de sedução, a sedução realizada de um- daquele que se mostra competente na sua condição alcançada de outro-, sobre alguém que, mirando-o, tanto reconhece sua competência quanto deseja também ser esse outro. A sociedade que constitui sujeitos de parecer não pode produzir campos de influência desprezando a dimensão que a rege."

(SANT'ANNA, 2014,p.232)

2.1.2. Contexto Histórico.

A moda nos anos 50, mulheres e ícones

Após o fim da II Guerra Mundial, tempo de receio e angústia, surgiu o período do milagre económico, aliado aos avanços tecnológicos e ao consumismo.

Todos esses avanços possibilitaram diversas mudanças, que favoreceram os mais variados setores salientando-se os cinematográficos, os artísticos, os industriais, do qual se destaca nomeadamente o setor têxtil. A moda, a arte e a tecnologia estiveram sempre na vanguarda da história.

A arte, que nesta fase mundial, prosperou assim como a moda, salientou-se a partir do desenlace de uma nova corrente artística, o *Expressionismo Abstrato*. Esta nova corrente artística foi protagonizada por artistas que frequentaram escolas de arte nova-iorquinas “como reacção à ansiedade criada pela era Nuclear e a Guerra Fria que dela resultou. Influenciados pela filosofia existencialista, os *Expressionistas Abstratos*, (...) desenvolveram a partir do *Surrealismo* uma nova concepção de arte”. (JANSON,1989,p.695)

A arte exercida por estes novos artistas expressava-se por cores frenéticas e vibrantes. Estes artistas representavam, nas suas obras, a energia como Miro, a expressão como Kandinsky e a liberdade de traço como Gorky. Estes três emblemáticos artistas, impulsionaram a cultura e o traço de Jackson Pollock (1912-1956), o grande incentivador do *Expressionismo Abstrato*.

Pollock desenvolveu uma arte única e própria, ele não utilizava pincéis, apenas espalhava a tinta pela tela. Todas as suas telas eram colocadas no chão e só assim ele dava vida à sua arte, concebendo exemplares espantosos e exuberantes para sempre recordados. Utilizava uma técnica involuntária, comovente e inexplicável.

Jackson considerava a tinta uma fonte de energia, que ele podia libertar. Todas as obras eram diferentes e reflexivas, encantavam pela viscosidade da tinta, velocidade e impacto sobre as telas repletas de vários salpicos e lances de cor. Toda esta performance resultava numa obra viva e sensorial. O artista

entregava-se na totalidade à arte de pintar, a tela era a sua energia e a sua alma. A *Pintura de Ação* ou *Gestual* foi a designação dada a este ramo artístico com uma conotação mais realista desta expressão, que se inseria dentro do *Expressionismo Abstrato*. Outra grande artista da década de 50, foi Lee Krasner (1908-1984), esposa de Pollock. Ela seguia uma diretriz totalmente diferente, ainda dentro do *Expressionismo* e da *Pintura Gestual*. Os seus quadros continham formas humanas, mas sem estarem verdadeiramente perceptíveis e definidas.

Nesta década de revivalismo, as mulheres artistas tiveram pela primeira vez um igual reconhecimento pelas suas obras em relação aos homens. A artista Frankenthaler (1928-2011), também uma pintora de *Ação*, usou as mesmas formas naturais e não premeditadas, que são a base desta corrente de arte. Ela utilizava uma expressão mais lírica, organizada e decorativa. A *Pintura Gestual* ou de *Ação*, que assinalou com intensidade a arte americana, foi pouco aplicada pelos artistas europeus. (JANSON,1989,pp.696,713)

Em meados da década de 50, a *Pintura Gestual* perdeu gradualmente o seu domínio e foi substituída pela *Pintura em Campos de Cor*, movimento no qual a tela é manchada por leves e transparentes aguadas de várias cores. Nesta expressão artística destacaram-se, entre outros, Jenking Louis e Stella Frank.

Ainda no final dos anos 50, nasce a *Pop Art*. Esta vertente teve início em Londres "as suas imagens foram extensamente baseadas nos meios de comunicação social americanos, que vinham inundando a Inglaterra desde o fim da Segunda Guerra Mundial." (JANSON,1989,p.717) A *Pop Art* considerava a cultura comercial como material artístico inesgotável e renovável. Mas esta vertente inglesa acabou por ser muito mais explorada na América, nos anos sessenta. Foi lá que adquiriu os seus maiores seguidores, artistas e descendentes. Todos os avanços artísticos e tecnológicos desta década, estavam a mudar as mentalidades sociais e antropológicas,

proporcionando assim uma evolução na moda e seus acessórios. Esta evolução teve um percurso muito acentuado no vestuário feminino.

Com o fim da guerra, ainda no final dos anos 40, surgiu uma revolução industrial em todos os setores fabris. Novas técnicas e inovações foram implementadas, possibilitando novos métodos e produtos. Na produção têxtil, a tecnologia de tecelagem e fabrico de meias em fibras sintéticas, avançou consideravelmente com a utilização do *nylon*. Estes novos progressos deveram-se ao aparecimento das máquinas circulares supressoras de costuras. Esta renovação constituiu um passo importantíssimo na evolução industrial têxtil. O avanço tecnológico no fabrico de meias, facilitou muito a mobilidade feminina.

Estes progressos têxteis/fabris evidenciados e desenvolvidos, aliados ao poder económico, revigoraram a moda de novo.

Com o ressurgir do desenvolvimento económico evidenciou-se Christian Dior (1905-1957). Ele foi criador do estilo "New Look" (Figura 1) em 1947, no pós guerra, que lançou uma coleção feminina cheia de ostentação, onde a elegância, a beleza, a delicadeza e o desejo de ser "chic", voltavam a estar presentes, desprezando-se todo o terror anteriormente vivido na guerra, onde existia pobreza fome e medo.



FIGURA 1. New Look de Dior, 1947
(SEELING,2000, p.261)

O “New Look” consistia num design muito feminino onde a cintura da mulher deveria estar bem vincada e definida, por entre a armação das saias midi, de novo com saíotes crinolina, concebendo à peça um volume ostensivo. A roupa interior da mulher voltou a ser espalhada proporcionando o efeito de “cintura de vespa”.

Com o lançamento de “New Look”, os criadores de sapatos, inspirados na delicadeza feminina que Dior ressurgira, sentiram a necessidade de produzir um calçado adequado a esta criação, onde prevalecesse a inovação e a evocação do novo tempo. Foi neste contexto que Roger Vivier (1907-1998), um grande criador de calçado, criou uns sapatos de senhora com um salto alto, fino, elegante e chique, como era desejado, mas inseguro.

O salto agulha, como mais tarde foi denominado, tornou-se uma raridade muito bem sucedida e desejada por grande parte das mulheres de elite. No decorrer de criações, o italiano Salvatore Ferragamo (1898-1960) desenhou e desenvolveu, o mediático *Stiletto* (Figura 2), um sapato de senhora, com salto alto agulha e ponta em bico. “Foi em Itália, no início da década de 1950, que apareceu o salto agulha, com o nome *stiletto* (...). Mudou inexoravelmente a silhueta da mulher, assim como a sua forma de caminhar, e o movimento das roupas”. (WORSLEY, 2011,p.18)



FIGURA 2. Sapato *stiletto* 1950.
(STEVENSON, N. J, 2012, p.165)

A mulher idealizada por Dior voltou a ser novamente esbelta e perfeita. Nasceu em consequência uma nova década cheia de luxos e jactâncias, tanto no setor têxtil, como no social, comercial e consumista. Nesta sequência a Alta-Costura voltou a ser desejada e utilizada em maior escala, devido à dedicação de Dior, que a fez renascer cheia de delicadeza, brilho e com tecidos arrojados.

Esta nova fase da moda, surgiu aliada aos criadores profissionais e às coleções sazonais, com desfiles duas vezes por ano. Também se formaram pela primeira vez sindicatos e fundações próprias que ditavam como deveria funcionar a moda e a sua divulgação. A moda tornou-se um setor extremamente rentável e prestigiante. Os criadores de moda eram enaltecidos e vangloriados entre as classes mais prósperas.

As mulheres, desta época, procuravam ter uma aparência moderna, atraente e muito sensual, bastante diferente dos anos de guerra. Existia nelas uma vontade de expressar a sua feminidade através do vestir e na forma de agir perante os homens. Elas desejavam sobressair através dos vestidos de marcas de *Haute-Couture* francesa como Dior, Givenchy, Lanvin e a do espanhol Balenciaga.

Entre as casas de Alta-Costura, nos primórdios dos anos 50, houve uma rivalidade muito evidente. O despique exercia-se essencialmente entre Milão, Londres e Nova Iorque. As cidades da moda mencionadas disputavam o destaque e o desejo de se tornarem tão populares como Paris. Em todas estas cidades começaram a nascer as primeiras escolas profissionais e academias superiores de criação de Moda. Com o aparecimento dos centros de formação de moda surgiram novos e prestigiados criadores.

Da competição entre cidades, anteriormente referidas, Paris destacou-se das demais pelo aparecimento de uma nova tendência totalmente inovadora, a produção do *prêt-à-porter*, com grande repercussão social. Esta nova produção em massa, marcou os meados dos anos 50 na moda pronto-a-vestir. Produziu vestuário nas fábricas em grandes quantidades e com o mesmo design utilizado pela Alta-Costura. “O pronto a vestir foi uma solução prática que passou a atender a mulher, que trabalhava e que possuía muitas actividades durante o seu dia-a-dia, pois adaptava-se às diversas situações.” (CARDIM,2014,p.35).

Aliados ao pronto a vestir surgiram os tecidos sintéticos “lavar e usar”, estes tecidos sintéticos misturados com algodão, ou só de poliéster, possibilitavam uma secagem e lavagem mais rápida e fácil em relação aos tecidos naturais. Os sintéticos eram considerados “milagrosos” por facilitarem a lida doméstica às muitas mulheres que, nesta época, já trabalhavam fora de casa.

Estes novos tecidos possibilitaram maior acessibilidade da moda às mulheres e ao restante agregado familiar. A produção das fibras sintéticas, em modo *standard*, era muito menos dispendiosa que os recursos naturais como o algodão, a lã ou a seda. O novo material era muito utilizado na confecção de modelos semelhantes aos produzidos pela Alta-Costura e de luxo, sendo depois vendidos nos mercados de pronto-a-vestir com preços a baixo custo e na confecção *prêt-à-porter* de costureiro.

Com o aparecimento das novas fibras sintéticas, no interior do *prêt-à-porter*, foi possível aplicar as novas ideias e a forma da *Haute-Couture*, possibilitando a acessibilidade da moda a um maior número de classes sociais.

Foi neste período que a moda Italiana ganhou uma procura e um prestígio nunca antes alcançados. Ela destacou-se da moda francesa *prêt-à-porter* pela beleza, qualidade e Design, levando Riello a dizer: “Se o mundo da *Couture*

era dominado por Paris, o do pronto-a vestir tornou-se o terreno para o florescimento de uma nova nação da moda: a Itália.” (RIELLO, 2012,pp.102). Riello inspirado no artigo de Gundle em 2008, diz que “Paris tinha vestido as divas e proposto a noção de *chic*, encarnada por Chanel, por sua vez, Itália combina distinção, comunicação e consumo de massa através do conceito de *glamour*”(RIELLO,2012,pp.104).

A criadora Coco Chanel (1883-1971), uma ícone dos anos 20, depois de vários anos “adormecida” na moda, devido à guerra, surge nesta década com novas peças de Alta-Costura. Estas peças eram mais confortáveis e adequadas ao quotidiano destas novas gerações. Chanel era a antítese de tudo o que o “*New Look*” de Dior representava. Para a criadora o importante era a comodidade da mulher e não a sensualidade vincada.

“ Chanel renasce após a guerra, foi ao longo dos anos desta última fase afirmando o seu estilo próprio desligando-se das modas sazonais. (...) Dirigia-se a uma mulher elegante mas confortável, criava pela necessidade e não pela tendência, tentava criar um elo entre o chique e a liberdade do movimento. Ela foi conhecida pela oferta do prático e confortável internado em peças elegantes e vistosas.”

(SANT’ANNA, 2014,p. 63)



FIGURA 3. Coco Chanel com um *Tailleur* vestido, 1962 (SEELING, 2000, p.106)

Pelo facto, Chanel sentiu a necessidade de criar um conjunto de vestuário feminino elegante mas confortável para todas as mulheres, surgindo assim os *Tailleur* (Figura 3). Este conjunto era composto por saia reta e uma jaqueta de gola invisível, com acabamentos em galão, botões dourados e bolsos invisíveis. Todos estes elementos tornavam-se um símbolo de *status* para a nova geração. Este modelo foi muito procurado tanto por mulheres maduras como por jovens, rapidamente copiado pelo fabrico em massa, tornando-se impetuosamente um *must* do final dos anos 50. (REED, 2013,p.48)

Na década de 50, o aumento demográfico foi muito notório e radical e com ela surgiram os novos jovens, os *baby boomer's*, geração de bebés que nasceram após a segunda guerra mundial. Eles tornaram-se os primeiros adolescentes com opinião peculiar nesta geração.

Com o fim da guerra, as senhoras estavam de novo mais caseiras entregues às tarefas domésticas e à educação familiar.

“Feminidade era essência na nova década. A mulher estava muito caseira, fundamentada na necessidade de cuidar das crianças, pois os saudosos maridos que voltavam da guerra deram à população um grande aumento de natalidade, compensado assim os óbitos da guerra. Foi o fenómeno do *baby boom*. ”

(BRAGA,2005,p.47)

FIGURA 4. Ilustração de senhora e filha nos afazeres domésticos. (ELLE, 1957, p.27)



Com a proliferação do *baby boom* houve uma maior propagação do pronto-a-vestir, desenvolveu-se em grande dimensão com os novos jovens, os *teen*, que impunham e ditavam as suas posições sociais através da moda.

Esta geração usufruía do dinheiro dos pais e criava o seu próprio estilo rebelde e libertino. Muitos dos estilos adotados por eles eram provenientes de expressões musicais e provocações aos cultos sociais anteriormente vividos. Nestes primeiros tempos da cultura jovem, os americanos anteciparam-se aos europeus e ditaram tendências que os europeus copiaram. No final da década a moda adolescente já adquirira uma adesão muito forte e evidente mundialmente, tornando-se num mercado dominante tanto no vestuário como na publicidade. Por sua vez a mudança de mentalidade juvenil ajudou na libertação dos costumes, da cultura e da posição feminina na sociedade. (REED, 2013,p.46)

Os primeiros movimentos contraculturas, surgiram inicialmente nos núcleos das classes trabalhadoras. No entanto, com a divulgação e propaganda dos manifestos, estes grupos angariaram membros da classe média, tanto na Europa como na América. Os jovens manifestavam-se contra o sistema político e a austeridade dos pais, provocando conflitos entre famílias. Muitos desses jovens representavam o estilo *BEATNIK*. A geração *BEAT* foi a impulsionadora do movimento *hippie*, promovendo uma atitude que desvalorizava a conduta social.

Nos finais dos anos 50, a juventude rebelde começava a utilizar “looks” totais de roupa preta, ou calças de ganga (*jeans*). Até então, estas calças pertenciam apenas às fardas utilizadas no trabalho, mas posteriormente tornaram-se moda, universalmente.

Os *jeans* eram considerados uma parte importante do estilo dos adolescentes da contracultura de ambos os sexos. Várias celebridades de Hollywood adotaram esta peça tanto em filmes como no seu dia a dia. Marilyn Monroe

(1926-1962), uma atriz que adquirira uma legião de fãs, era a inspiração de beleza para grande parte das mulheres desta década. Marilyn que representava a sensualidade através do seu corpo curvilíneo, foi uma das pioneiras na utilização das calças de ganga, os *jeans*. A atriz era a precursora da revolução sexual, devido ao seu potencial erótico e provocante. O seu poder sobre as mulheres ultrapassou gerações e influenciou tendências mundiais. (REED, 2013, pp.44;40)



FIGURA 5. Atriz no filme *O selvagem* com umas *jeans* vestidas, 1953. (REED, 2013, p.41)

Marilyn também utilizou diversas vezes a *T-shirt*, outra peça de vestuário que surgiu nesta época e que se tornou também viral. Outrora apenas era utilizada por homens trabalhadores e na marinha. Na década de 50 a *T-shirt* tornou-se um sinal de rebeldia e independência quando utilizada pelas jovens, inspiradas no seu ícone. Assim as *calças de ganga* e a *t-shirt* foram as primeiras peças unisexo a emergir. Impulsionadas pela libertação do movimento e conforto que as calças e as *t-shirt's* possibilitavam, diversas atrizes e mulheres de poder, começaram a vesti-las, incentivando muitas outras a usá-las no dia-a-dia.

Perante as inovações descritas a sociedade não se acomodava e ansiava por mais. O vestuário era campo largo para a criatividade e visou também a roupa de banho. Apareceu então o lendário *Biquini* (Figura 6), um conjunto destinado para o banho público. A sua produção foi possível com o desenvolvimento do *nylon*, um material indispensável no fabrico de roupas elásticas e justas ao corpo, tornando-se uma segunda pele. (WORSLEY,2011,p. 25)

O biquini era dividido em duas peças, cueca e *soutien*, sendo uma grande ousadia na década em questão. O Biquini tornou-se influente e importante na história do vestuário feminino. Este conjunto de duas peças foi considerado um atentado ao pudor, mas em sua defesa, proclamava-se que o seu uso proporcionava a aquisição máxima da vitamina D, muito útil para o corpo das jovens mulheres. No entanto, só quando se fez uma sessão fotográfica na praia com a modelo popular , Brigitte Bardot (nascida em 1934), é que o conjunto conquistou o seu sucesso comercial multiplicando as vendas. Brigitte Bardot, tal como Marliyn, exibiam um corpo sensual repleto de curvas, que enalteciam a sensualidade feminina. Elas eram idolatradas o que possibilitou a comercialização e venda dos *Biquinis* naquela fase da evolução têxtil.



FIGURA 6. Brigitte Bardot com um biquini na praia, 1953.(FOULKES, 2010, p.163)

Nos anos 50 as mulheres também se preocupavam bastante com a atração. A sua beleza, elegância e vestuário aliciante apurava-lhes a auto-estima, incentivando-as ao culto do corpo e a um agrado constante perante o sexo masculino.

“A beleza dá prestígio, alimenta vaidades e apura a auto-estima, na particularidade de sua experiência, como também promove reconhecimento de autoridade, entrega os sujeitos à modernidade e os absorve nas suas expressões e em sua dimensão social”.

(SANT’ANNA, 2014,p.180)

Na generalidade, as mulheres comportavam-se de uma forma sedutora e sempre na tentativa de deslumbrar o homem com a sua beleza e delicadeza. Os cuidados de beleza estenderam-se também à forma do corpo. Este cuidado foi notório através da divulgação dos benefícios da prática de exercício físico, em virtude de uma melhor aparência.



FIGURA 7. Maquilhagem utilizada na década de 50. (ELLE, 1957, p. 129)



FIGURA 8. Senhora dos anos 50 com vestido delineado e cintura vincada.(ELLE, 1957, p.67)

As mulheres com a prática do exercício físico alcançaram uma melhor forma de se imporem perante a sociedade, reproduzindo através da imagem a sua autoconfiança na sociedade.

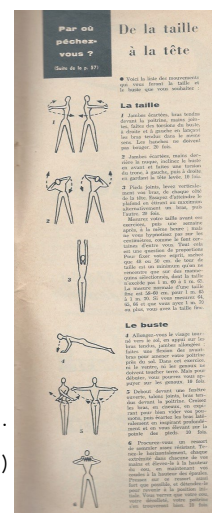


FIGURA 9.Exemplo de exercícios para mulheres .
(ELLE, 1957, p.111)

Elas em grande parte, utilizavam uma maquilhagem cativante, com batom vermelho, pó-de-arroz e olhos delineados de preto na parte inferior da pálpebra, junto às pestanas. Por sua vez o corpo não devia ser demasiado magro, nem nédio, mas sim elegante, delicado e curvilíneo. O cabelo também deveria ser cuidadosamente penteado e arranjado. Muitas mulheres viviam na necessidade de agradar ao homem, para sua própria valorização. Elas deviam comportar-se docilmente perante as atitudes dos homens e suas vontades. A beleza das mulheres nesta década de 50 devia ser meticulosamente elaborada, não deveria haver imperfeições. Na maioria as mulheres deviam e queriam ser apetecíveis ao olhar masculino. (SANT'ANNA, 2014,p.101)

As próprias meninas, desde pequenas, eram impulsionadas a comportar-se de uma forma submissa perante o ser masculino. Nesta sequência de sensualidade e feminidade impulsiva e obrigatória, nasce a *Barbie* (Figura 10), uma boneca de 30 centímetros de altura, com aspeto de mulher. Esta boneca surgiu em 1959 na feira americana de brinquedos em Nova York. A *Barbie* foi apresentada pela primeira vez com o cabelo loiro, vestindo um *maiô* às listas brancas e pretas, com umas sandálias e uns óculos de sol.

A Barbie tornou-se um sucesso súbito. Todas as crianças a desejavam, bem como os seus acessórios. Ela surgiu simultaneamente com um carro próprio e roupas entre outros bens, também da marca Barbie. A vida da boneca girava em volta dos luxos e bens de consumo. A Barbie refletia com exatidão o ideal de mulher ocidental, com pernas longas, cintura finíssima, seios volumosos e pele perfeita. " A boneca representava tudo o que as empresas de marketing imaginavam que uma mulher desejava ser nos anos 1950- *glamorosa*, famosa, rica e popular. " (REED, 2013,p.98).



FIGURA 10. Primeira Barbie, 1959. (REED, 2013, p. 99)

A compra da *Barbie* que as mães consideravam um incentivo de perfeição para as filhas, desde pequenas, a serem como esse ideal de beleza, fez proliferar desmedidamente as vendas da boneca. Era imposto às crianças, por parte das mães, desde muito novas, a procura incessante pela simetria e elegância, com a finalidade de mais tarde casarem com homens de sucesso e serem boas esposas, boas mães e atraentes.

Mas a *Barbie*, não obstante, ao apelo desmedido à beleza corporal, também provocou reações adversas. Várias mulheres começaram a abandonar essa forma de pensar em torno do culto do corpo. Saturadas das imposições sociais e familiares, motivadas pela evolução têxtil, pela tecnologia, pela moda juvenil

e mudança, começaram a tentar libertar-se de algumas vestes mais conservadores e incômodos, assim como da lida e obrigação doméstica. Historiadores como Seeling escreveram: “A feminista e escritora francesa Simone de Beauvoir (...) desmascarou o novo culto feminino e a opressão da mulher. Reconhece que a mulher só servia de rótulo ao sucesso do marido (...) No entanto, a maior parte das mulheres não o entendia assim.” (SEELING, 2000,p.239).

Neste contexto de emancipação e de primeiros traços de mudança, diversas adolescentes incitaram o desrespeito pelos pais e rejeitaram ideologias por eles transmitidas. Simone de Beauvoir (1908-1986) foi uma das maiores ativistas femininas. Lutou durante toda a *déc.* de 50 e 60 pela igualdade de gêneros e direitos da mulher.

No mesmo contexto a atriz Katharine Hepburn (1907- 2003) ícone de um estilo próprio e marcante, filha de uma *sufragista*, adotou um *look* mais masculino e confortável, com pouca maquiagem, apesar de nesta década a feminidade ser muito apreciada. Usava calças, camisas de alfaiataria e sapatos rasos. Para ela o importante era o conforto e a comodidade, não a beleza do andrógino *chic*, desconfortável e contraído que todas as mulheres utilizavam. A atriz tornou-se notória por romper com os códigos de conduta ditados do vestuário feminino. Katharine (Figura 11) foi uma das primeiras mulheres dos anos 50 a mostrar descontentamento perante o comportamento da sociedade relativamente ao sexo feminino e aos seus direitos, perante uma sociedade machista. (REED, 2013,p.16)

Katharine motivou diversas mulheres que já lutavam pela sua independência familiar e financeira. Assim como ela, também a americana Edith Head (1897-1981) salientava o poder que as mulheres começavam a evidenciar nas mais variadas áreas, no seu caso na produção cinematográfica. Edith era a

figurinista do realizador Hitchcock. Ela era uma figura indispensável no cinema, porque estudava as atitudes e as maneiras de estar de cada personagem de forma a produzir peças de vestuário que se lhes encaixasse na perfeição. O seu bom gosto e dedicação à profissão, tornaram-na uma referência feminina num mundo dominado pela imposição masculina. Edith Head foi indispensável no sucesso do realizador. A importância das mulheres nos trabalhos conjuntos com os homens impulsionou-as à mudança.

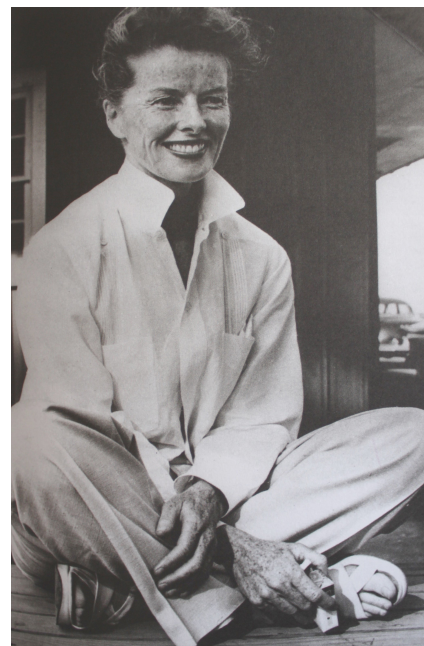


FIGURA 11. Fotografia de Katharine Hepburn, 1950
(REED, 2013, p. 16)

Essa mudança foi notória em relação às mulheres que no período de guerra se sujeitaram a trabalhar para manter o rendimento familiar. Mas nos anos 50 lutavam pela sua independência monetária deixando de depender do marido. Este grupo de mulheres, continuava a exercer os seus encargos familiares, mas de forma mais autónoma. Estas trabalhadoras com novas mentalidades suscitaram muita indignação em vários seios familiares mais conservadores. No entanto, as mulheres trabalhadoras motivaram inúmeras jovens a seguir o mesmo percurso.

2.2. Síntese

A década de 50, destacou-se pela evolução económica do pós guerra, que foi muitíssimo marcante na história da moda. Nesta fase foi predominante o estilo “New Look” de Dior, extremamente feminino e delicado. Mas em meados da década, salientaram-se os primeiros sinais do fim da moda dos 100 anos, onde reinou a *Haute-Couture*, dando lugar ao pronto-a-vestir e às coleções sazonais em massa, muito apreciadas pelas gerações mais jovens.

Com o fim da guerra a natalidade e o poder económico aumentaram drasticamente, incitando uma nova geração de consumidores, os adolescentes. Esta geração mais nova, expressou pela primeira vez os seus desejos e gostos. Eles vestiam-se de uma forma expressiva e usavam o poder da moda como símbolo de identidade, revolta e provocação. Definir as diferentes gerações através da moda tornou-se rentável comercialmente. Muitas das boutiques vendiam roupa para jovens, separadamente da roupa de adultos. Eles propagaram o pronto-a-vestir, em simultâneo com o uso frequente de *t-shirts* e *jeans* no dia-a-dia.

A moda, nesta época, adquiriu muito potencial, sendo anunciada e influente nos jornais, nas revistas e nas notícias. Fruto desta divulgação, as tendências ditavam as vendas. Com o contributo da evolução têxtil e dos tecidos sintéticos, a produção de vestuário *prêt-à-porter* aumentou e facilitou as vendas a baixo custo.

Nos finais desta década, as mulheres começaram a mudar de atitude e a quererem destacar-se entre os homens no mundo laboral. Eram muitas as mulheres que já ambicionavam um futuro profissional aliado à vida doméstica. Surgiram assim as mulheres autónomas, confiantes e seguras de si mesmas. Sem a ambição de apenas atrair os homens, através do vestuário delicado e atraente, elas queriam destacar-se pelo seu profissionalismo, inteligência e não apenas pelo seu corpo curvilíneo.

Houve, no entanto mulheres que se atreveram a usar vestuário menos feminino e estruturado, mostraram a sua irreverência e determinação no mundo dos homens. Assim se começou a anunciar o fim das mulheres simplesmente domésticas a tempo inteiro e submissas aos caprichos dos maridos. Elas queriam ser ativas e valorizadas pelas suas valências.

O facto de algumas mulheres começarem já a vestirem calças e roupas mais confortáveis, denotou claramente a sua autonomia relativamente aos maridos. Elas simplesmente confrontavam-nos quando discordavam das suas atitudes. Este foi o alimento para uma nova era moderna onde a mulher queria ter escolha, opinião e vontade.

Nasceu assim, no final dos anos 50 o embrião do que seria a maior revolução na moda feminina, as novas mulheres emancipadas estavam a chegar.

3. Contexto histórico dos anos 60 do Século XX

Os anos 60 caracterizaram-se por uma evidência peculiar da moda, distinguindo-se de todas as gerações até então.

Nos cem anos anteriores, as tendências eram todas seguidas por longos períodos de tempo, na generalidade, diferenciando as classes sociais através das ornamentações e adereços do vestuário, dos tecidos e das jóias utilizadas. A partir dos anos 60 essa diferença deixou de ser tão notória. A liberdade de vestir e de expressão tornou-se possível com a produção de roupa em massa. Existiram então diversos estilos e diversas formas de vestir, que condicionaram e perverteram a unanimidade de pensamento.

Esta segunda fase da moda moderna prolongou o que a moda anterior criou. Surgiu a burocracia dos criadores de moda, a produção de vestuário *standard* e em quantidade expressiva, a apresentação de coleções sazonais com desfiles, a publicidade e a emancipação da mulher.

3.1. Contexto histórico e artístico dos anos 60

Os anos sessenta trouxeram transformações, nas organizações sociais e culturais, já notórias nos finais da década anterior. Iniciou-se uma nova era na história.

O final da Guerra Mundial ficou marcado por uma mudança de atitudes e pensamento muito diversificados. Promoveu também o incentivo e a difusão da comunicação entre povos. Trouxe uma modernização nunca antes vivida.

Como foi referido anteriormente, os adolescentes europeus foram o exemplo das alterações do pós Guerra, salientando-se então os *teenagers* revoltados, renegando a autoridade dos próprios pais. Eles desejavam um mundo melhor, onde a honestidade e a humildade prevalecessem sem preconceitos. Esta atitude agravou-se com o aparecimento da pílula, aliada à renúncia dos costumes mais conservadores. As raparigas mais jovens queriam sentir-se livres dos encargos familiares e de uma vida virada somente em prol da família. Elas

não pretendiam ser mais como as suas mães. Queriam sim, ser mulheres ativas e independentes dos maridos, ridicularizando todo o conceito de dona de casa a tempo inteiro, queriam ser as novas mães, participantes profissionalmente. De acordo com (SEELING, 2000, pp. 337,338).

As jovens emancipadas tinham abandonado por completo a figura que as mães representavam, de uma mulher curvilínea e sensual. Elas queriam ser estritamente magras e sem feminidade corporal. O modelo de corpo desejado no tempo, era o de Twiggy (nascida em 1949), uma modelo e atriz britânica que se tornou um ícone da juventude devido à sua magreza, fragilidade e extravagância.

Mas as alterações de mentalidades durante a década de 60, repercutiram-se em diversas mudanças e nas mais variadas áreas, como a moda, a arte, a sociedade, a política, a tecnologia e as possibilidades de comunicação. Os *swinging sixties* constituíram na moda, uma década muito importante do século XX. A nível político existiram algumas mudanças, que oscilaram entre o derrube de ditaduras e a construção do muro de Berlim.

A década de 60 atingiu um público jovem muito numeroso no meio artístico, devido ao *baby boom* do pós-guerra. Nas primeiras décadas do século XX, surgiram na pintura movimentos de vanguarda que influenciaram a arte não só na primeira metade do século, como maioritariamente na segunda. A arte e moda sempre avançaram em conformidade, ambas se completaram. Na realidade, as vanguardas artísticas, algumas que emergiram ainda na *Bélle Époque*, como o *Cubismo*, o *Expressionismo*, o *Futurismo*, desenvolveram-se na década de 1910 e no período entre as grandes guerras. Estas alterações foram marcantes na obra de vários artistas ao longo de todo o século e em maior destaque a partir da segunda metade. Contudo, ainda após a Segunda Guerra Mundial surgiram obras muito influenciadas pelos movimentos aparecidos nas primeiras décadas.

Como já foi mencionado, apareceram na década de 50 movimentos que contrariaram as tendências anteriores e que se impuseram nos anos 60, nomeadamente a *Pop Art* nascida em Londres por volta de 1957, pelas mãos de artistas como Hamilton, Blake, Hockney, que demonstram a massificação da cultura e que contradisse o *Expressionismo abstracto*.

Na mesma vertente, ganhou protagonismo Andy Warhol (1928-1987) revolucionário do conceito de arte e impulsionador da *Pop Art* (Figura 12) nos Estados Unidos da América. Na realidade, é a *Pop Art* americana, a que tem maior prospecção a nível mundial. Foram os artistas como Andy Warhol, Roy Lichtenstein e Rauschenberg que tornaram este movimento um símbolo do século XX. A *Pop Art* foi a tendência mais marcante, juntamente com o *Expressionismo abstracto*. Os temas, as cores, técnicas e as formas, foram ao encontro dos gostos dos jovens. Estes temas eram assuntos do quotidiano, objectos comuns, como latas de sopa *Campbell* ou garrafas de *Coca-Cola*. As cores como o azul turquesa, o cor-de-rosa choque ou o verde alface eram muito comuns nos artistas americanos já referidos. A banda desenhada também foi tema e utilizava muito as técnicas de pintura já mencionadas (o maior exemplo são as obras de Roy Lichtenstein).



FIGURA 12. Obra de Andy Warhol,
1960. (KETNER, Joseph D.; 2013)

Durante a década de sessenta, nasceram igualmente outras vertentes artísticas como a *Arte Conceptual*, onde o próprio acontecimento era uma forma de arte. Esta visão artística foi muito controversa, pois colocou em causa todas as definições de artes anteriores. Outra corrente moderna, também aliada a estas duas, foi o *Foto-Realismo*. Ele focava-se na fotografia da realidade visível dos objetos.

A artista Bridget Riley (nascida em 1931), de origem britânica, foi criadora do movimento artístico *Op Art* (Figura 13). Esta artista depois de divulgar a sua exposição de cultura jovem, nos anos 60, expôs obras onde eram visíveis os efeitos ópticos, a preto e branco. As obras provocavam imagens parecidas umas às outras, que, virtualmente, pareciam saltar da tela quando observadas. Elas sintetizavam o clima alucinógeno da época. Por sua vez, o seu movimento artístico tornou-se inesquecível quando criadores de moda implementaram estampados de *Op Art* em vestidos, outras peças de vestuário e acessórios.



FIGURA 13. Bridget Riley, 1965.
(REED, 2013, p. 38)

Com a arte em constante crescimento e desenvolvimento, abrangiam-se vários campos artísticos. Assim, registou-se um progresso notório no cinema, que ficou mais realista e impulsionou as possibilidades de comunicação e a visualização de hábitos e inovações de povos diversos. No âmbito artístico e musical, mereceram destaque os Beatles que hilarizaram multidões.

Ao nível do design, foram desenvolvidos produtos directamente para os jovens dessa época. São exemplos evidentes a cadeira Saco da Zanussi e as televisões em forma de capacete de astronauta. Os grandes feitos da época, como a conquista do Espaço, marcaram posição tanto na forma, como na utilização da cor branca em objectos. Na moda, assim como no design de produto, surgiram os materiais sintéticos, também relacionados com o espaço. Tudo o que era desenvolvido era maioritariamente idealizado para a classe jovem, os novos consumidores em massa.

Na realidade, formularam-se diversos juízos classificatórios das sociedades dos anos 60. Alguns críticos classificaram-nos como inovadores e promotores de novas liberdades, outros, porém, viram nela uma década sombria e responsável pelo desmoronamento da moral, da autoridade e da disciplina. Dentro destas novas liberdades geradas na década de 60, desenvolveram-se grupos revolucionários como os *mods*, os *hippies* e os *skinheads* entre outros.

Tais manifestantes exaltavam os códigos da cultura comum. Nestes estilos pretendia-se salientar a diferença radical, a provocação, a excentricidade, a surpresa e o choque. Dentro destes núcleos nasceram as primeiras manifestações homossexuais, anti-sexistas e partidárias. (LIPOVETSKY,2010, pp.167,168,169,170)

3.2. Mulheres nos anos 60; Direitos e Poderes

A nova posição da mulher na sociedade desenvolvida constituiu uma das principais origens da mudança de mentalidades, nos anos 60. Esta causa foi um dos epicentros das revoluções, emancipações e revoltas da década.

Outrora, numa mentalidade tradicional, representada desde os séculos passados, influenciados por governações sexistas, foram sempre atribuídas às mulheres funções na esfera doméstica, com grande destaque na criação e educação dos filhos " (...) a atribuição às mulheres de papéis em torno da maternidade, criação e educação dos filhos, sendo o condicionalismo biológico das mulheres o argumento mais utilizado" (ROCHA;FERREIRA, 2006.p,7). A mulher era afastada da política, do trabalho e de tudo em torno de uma realidade empírica, a lida doméstica.

A atribuição desta limitação à mulher, representativa de *fada do lar* difundiu-se por todo a Europa e Estados Unidos. Esta condição colocou-a em paridade com outro qualquer trabalho laboral, limitando-a. Tal circunstância, vivida anos após anos e com ligeiras alterações durante o século XIX, quando a mulher tinha vários encargos laborais, suscitou a consciência de uma saturação global. As mulheres queriam destacar-se e ser valorizadas noutros setores e não só no seio familiar.

As famílias burguesas, em grande parte, tinham desde há muitos séculos as funcionalidades familiares muito vincadas. Ao homem competia-lhe a representação social e o sustento económico da família, à mulher o papel de esposa, dona de casa, mãe, a gestão da lida doméstica, a criação e educação dos filhos e a exposição monetária da família. A mulher deveria ser a montra do poder económico do marido, através de roupas de alta-costura, acessórios e beleza. Às crianças competia-lhes a obediência, a escolarização, e no caso

das raparigas uma boa educação em prol de um casamento, já direcionado para o bom desempenho caseiro.

Esta educação burguesa feminina, diferenciava as classes sociais. No caso das raparigas das classes trabalhadoras, elas eram desde jovens incentivadas a prosseguir no mundo do trabalho. Acontecia que muitas delas, às vezes, iniciavam a vida laboral ainda em crianças ou numa idade jovem precoce. Na classe operária, tanto os rapazes como as raparigas deviam trabalhar para ajudarem nas despesas familiares. Foram algumas destas mulheres, já trabalhadoras, que impulsionaram os manifestos em virtude da igualdade salarial. (ROCHA; FERREIRA, 2006. pp,123;124)

“ Num século de profundas transformações revolucionarias inspiradas na bandeira da igualdade, da liberdade e da fraternidade, em que o pensamento liberal e a sua visão da sociedade como espaço para o exercício da liberdade individual ganhava adeptos, esta limitação da mulher ao lar, cerceadora do seu direito para definir o seu próprio lugar na sociedade e limitada na sua cidadania, era no mínimo contraditória. Esta contradição era particularmente sentida pelas mulheres das camadas sociais burguesas; aquelas que por razões de fortuna e de educação mais tinham a perder com uma desigualdade de direitos e de oportunidades de realização pessoal e social”

(ROCHA; FERREIRA, 2006.p,20)

Muitas das senhoras das classes sociais burguesas, consideravam esta atitude de mudança imprópria, mas por sua vez, eram estas mesmas mulheres que sentiam a necessidade de se libertarem do homem. No entanto, grande parte das mulheres das classes baixas e médias necessitavam de trabalhar porque o ordenado do marido era insuficiente para as mais variadas despesas, acabando assim, por serem mais autónomas do que as mulheres que trabalhavam simplesmente no lar.

A maioria das raparigas, filhas de senhoras trabalhadoras, trabalhavam até casarem, depois deixavam a vida laboral, mas isso só acontecia quando o marido as podia sustentar por completo. No entanto, elas eram tão mal pagas que algumas preferiam ser apenas donas de casa e viver com alguma restrição económica.

O trabalho feminino durante as décadas de 40 e 50, só era bem visto caso a mulher fosse viúva, solteira ou de famílias pobres, de contrário não deveria trabalhar. Todos os desempenhos profissionais que as mulheres executavam centravam-se numa esfera de tarefas apenas femininas, como empregadas domésticas, recepcionistas, operárias têxteis, secretárias, cozinheiras, empregadas de balcão entre outros trabalhos similares. Às mulheres nem sempre foi permitido o acesso ao ensino superior. Apenas poderiam prosseguir em determinados cursos nomeadamente como professoras, enfermeiras, etc. Os salários das mulheres eram muito mais baixos em relação à média dos homens. Elas acabavam por trabalhar mais arduamente e receber remunerações muito inferiores.

As vicissitudes descritas contribuíram para o aparecimento de uma nova consciência laboral e aversão ao trabalho de contexto industrial, onde as mulheres trabalhavam em conformidade com os homens, mas miseravelmente pagas. Por essas razões, as mulheres que necessitavam mesmo de trabalhar, uniram-se nas lutas sindicais contra os homens, em torno da igualdade salarial. Elas mesmo depois do trabalho árduo e mal pago tinham ainda os exercícios domésticos a executar. (ROCHA; FERREIRA, 2006. pp,74;79;123)

Mas com o aparecimento da terceira revolução industrial, seguida da segunda guerra mundial, finais dos anos 50 e início dos anos 60, surgiram as primeiras vantagens para a mulher, resultantes da subida do nível educacional. Começaram a abrir as faculdades às mulheres, em virtude de uma menor diferenciação entre géneros e produção de mecanismos favorecedores de uma

maior igualdade social. Com estes ganhos a mulher conseguiu ter uma melhor reputação no trabalho. (ROCHA; FERREIRA, 2006.p,82)

Foi nesta nova fase do século XX que as mulheres, depois de imporem os seus direitos sobre a sociedade e no seio doméstico, conquistaram o direito ao voto, o poder de exercer uma posição nos cargos políticos, estatais ou executar atividades profissionais nas mais diversas áreas, que outrora apenas eram permitidas aos homens.

Elas conquistaram também o direito de procriar ou não com o aparecimento de métodos contraceptivos. Com as vantagens da utilização da pílula podiam adiar ou evitar a maternidade para quando se sentissem preparadas. (BUBY; PERROT, 1995,p. 580)

Unidas nos mesmos ideais, através do novo manifesto e pelos incentivos dos mídias, das publicidades e das marcas de roupa/cosméticos, as mulheres puderam demonstrar o que eram e o que gostavam na realidade. Elas próprias ditavam as suas modas, já não utilizavam apenas o que era instruído pelas tendências. Usavam sim o que as favorecia e as fazia sentir confiantes. Estas “novas mulheres”, não submissas, já não viviam em função do homem ou da sociedade, viviam em função de si mesmas e do seu bem estar. (LIPOVETSKY, 2010,pp.183,184,185)

Nestes anos, as mulheres começaram a viver uma nova realidade totalmente distinta de todas as décadas anteriores. A sua participação no trabalho era notória e resultou desta emancipação e descontentamento de vida em função do marido. Ele era muitas vezes incompreensivo e intolerante.

No final dos anos 50 e durante os anos 60, o número de divórcios disparou. As mulheres já não toleravam os maus tratos domésticos, as traições, a indiferença, nem os casamentos totalitários onde apenas o homem adquiria poder monetário sobre toda a família, acabando por exercer pressão e desvalorização sobre a mulher. Com estes feitos surgiram as novas famílias, algumas de segundos casamentos onde já existiam filhos de ambas as partes e

as mono-parentais. Estas últimas tornaram-se uma realidade constante, porque a mulher passara a ter capacidade de se sustentar a ela e aos filhos, não necessitando assim de um complemento masculino.

Estas novas mentalidades despertaram novas vivências e ideais nas mulheres. As mulheres estavam cada vez mais unidas, no feminismo e a luta pela igualdade era uma realidade concretizada.

“(...) Desde uma participação crescente na força de trabalho até ao aumento do número de divórcios e de famílias mono-parentais, as condições de vida das mulheres mudaram significativamente. Mas ainda antes de estas mudanças atraírem uma atenção generalizada, já o “feminismo” tinha alcançado notoriedade, transformando-se no símbolo da claramente renovada - e em grande parte inesperada - afirmação das mulheres.”

(THÉBAUD; DUBY; PERROT, 1995,p. 586)

O fenómeno do renascimento feminista podia ser encontrado num grande número de manifestações pelo mundo todo. Sucederam-se repetidas paradas feministas tanto pela Europa como nos Estados Unidos da América, compostas por inúmeras manifestantes, mulheres tanto de partidos políticos de direita como de esquerda e extrema esquerda. Houve diversas manifestações onde foram queimados *soutiens*, cintas e maquilhagens, dentro dum “caixote do lixo da liberdade”. Assinalavam-se assim as manifestações maciças, aliadas à luta pela libertação e liberalização do aborto por todos os países industrializados. Em toda a parte e por todas as sociedades começou-se a questionar o que era então esta luta pelo “feminismo”. (THÉBAUD; DUBY; PERROT, 1995,p. 586)

“Floresceu no Ocidente a questão, o que é o “feminismo”, (...) na realidade, o feminismo não é um substantivo cujas propriedades possam ser definidas de uma forma exata e definitiva, (...) o termo feminismo indica historicamente conjuntos de variedades de teorias e práticas centradas em volta da constituição e da legitimação dos interesses das mulheres. (...) o que o feminismo é, ou não é, é mais uma questão histórica do que uma questão de definição. ”

(THÉBAUD; DUBY; PERROT, 1995,p. 588)

Na realidade, todos estas exposições sociais tiveram uma visibilidade pública. As questões impostas pelas mulheres possibilitaram-lhes uma atenção nas Nações Unidas, que prestaram mais atenção às preocupações e às necessidades da mulher. Esta inquietação foi visível também no seio familiar. Em consequência, começaram a aparecer os “novos maridos”, homens preocupados com o bem estar da esposa e das filhas, que passaram a dar mais valor ao sexo feminino, colaborando na lida doméstica e na valorização da mulher.

Os pais com filhas jovens eram eles os próprios a incentivá-las a seguir os seus sonhos e a não ficarem confinadas a um casamento precoce. Eram eles que as alertavam dos perigos de um casamento totalitário onde o homem fosse a única fonte de rendimento. Logo estes pais estimulavam as filhas para estudarem, prosseguirem com os estudos e só depois casarem, mas sem abdicarem das suas carreiras profissionais. Eles impulsionavam a sua valorização pessoal.

As mulheres sentiam-se assim tão importantes quanto os homens e aspiravam aos mesmos poderes e direitos. Elas, em grande parte, continuavam a tratar da casa, da lida doméstica como dantes, mas agora também com a ajuda dos maridos, porque todos deviam colaborar nas tarefas diárias. Com o aparecimento das mulheres ativas, a venda de eletrodomésticos, como máquinas de lavar roupa, louça, entre outros dispararam, assim como a venda de comida instantânea, uma vez que as ocupações das mulheres eram diferentes e variadas. Era essencial proporcionar-lhes bem estar e facilidade no quotidiano. As empresas de marketing e publicidade proliferaram em virtude da nova mulher, acabando até por alertar os maridos para esta nova mudança. Era essencial colaborar com ela e apoiá-la nesta luta.

No entanto, eram muitas as mulheres que preferiam não casar e lutar pelas novas causas e libertações. Não queriam estar presas a nenhum homem, nem

a encargos com filhos, queriam ser independentes e livres. Mas com o aparecimento dos núcleos feministas, surgem também e em grande parte, as radicais de extrema esquerda como anteriormente foi referido. As feministas não só lutavam pelos interesses comuns a todas as mulheres, mas exigiam ainda mais regalias do que as dos homens. Elas queriam tudo a mais. Tornaram-se egoístas rejeitavam a família e tudo o que inserisse a mulher no seu estereótipo ditado há décadas. No entanto, muitas destas mulheres feminista, radicais ou de esquerda, renegaram as exigências ou necessidades maternas. Elas procuraram tanto construir como destruir a própria feminidade.

“feministas lutaram para explicar a natureza das características comuns às mulheres, transgredindo voluntária e sistematicamente as distinções tradicionais que demandam o domínio do ‘individual’ ou do ‘privado’ em relação ao domínio do ‘político’ ou ‘publico’.”

(THÉBAUD; DUBY; PERROT, 1995,p. 595)

As feministas alimentadas por ideias igualitárias e liberais, esqueceram-se que as mulheres têm necessidades diferentes dos homens e como tal não podiam ser todos iguais, porque na realidade os sexos eram diferentes. Por esse motivo era necessário ajustar as leis e as ordens de acordo com o que favorecia ambos os sexos. Foi assim que se mantiveram as leis adquiridas nos finais dos anos sessenta. (THÉBAUD; DUBY; PERROT, 1995,p. 592).

Na realidade esta preocupação com a especificidade dos direitos da mulher dividiu muitas delas, formando-se diversos núcleos com diferentes ideais e preocupações.

As mobilizações femininas da década de sessenta refletiram os contextos políticos e sociais em que foram inseridas. Essas mudanças fizeram-se sentir em tudo e com grande impacto na moda. Continuavam a existir as mulheres mais conservadoras, que apesar das novas tendências continuavam a utilizar vestidos armados e cintados. Elas consideravam que as novas modas eram

impróprias. Por sua vez, algumas das jovens mães, já começavam a acompanhar, de uma forma suave e pouco notória essas mesmas peças mais inovadoras.

Nesta década também os conceitos de beleza mudaram drasticamente. Os jovens dominavam as tendências. Tudo era idealizado em seu agrado. As jovens mulheres desejavam ser magras, com um corpo pouco delineado e pernas compridas, os cabelos andavam soltos e livres, com ou sem franja, mas mais volumosos na parte de trás. A maquiagem era utilizada de uma forma exagerada, meio abonecada e os olhos deviam sempre destacar-se dos lábios, logo os batons eram sempre em tons neutros ou transparentes. Esta beleza era até considerada criativa, porque nunca tinha sido aplicada outrora. Era muito irreverente e totalmente distinta da anterior. Ser delicada e sensual já não era desejado. (SANT'ANNA, 2014,p.106)

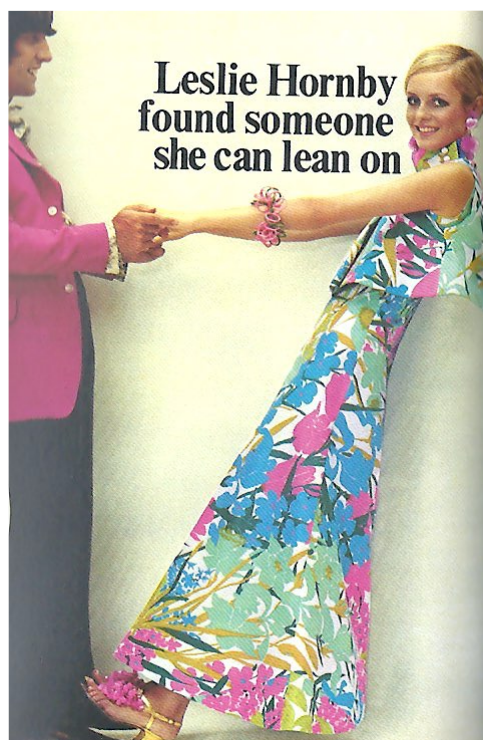


FIGURA 14. Twiggy numa revista
(NIEDER; HEIMANN, 2016, p.374)

O reflexo desta nova beleza começou no início de 1966, com Twiggy (Figura 14), uma rapariga de aparência franzina, quando foi fotografada por uma agência de cabeleireiros. As fotografias foram vistas pela editorial de moda inglesa, a "Daily Express", que se encantou com a ingenuidade da jovem. Desde então, o seu prestígio propagou-se por muitos editores e fotógrafos, acabando por tornar-se um ícone de beleza e culto pelas jovens. O seu aspeto frágil e magro assentava na perfeição em todas as peças, concebendo-lhe infantilidade e juventude. A jovem acabou por criar legiões de fãs e admiradores. Era a significação perfeita da mulher nos anos 60. (REED, 2013,p. 80)

Outra personalidade feminina que se salientou nestes anos foi Brigitte Bardot , uma modelo e atriz. Ela era "considerada pela revista VOGUE uma "Diva", uma mistura poderosa de erotismo e ingenuidade"(REED, 2013,p.66). Brigitte tinha longos cabelos loiros, olhos amendoados e corpo delineado, o que conquistou a imaginação de intelectuais e cinéfilos. Era uma referência desde os anos 50, mas foi nos anos 60 que atingiu o seu auge na carreira e na posição feminina. Simone de Beauvoir, a grande prestigiada feminista francesa, descrevia a Brigitte como uma impulsionadora da história feminina. Considerava-a a mulher liberal francesa no pós guerra. Em 1969 Brigitte foi eleita pelo governo nacional francês, uma das maiores representantes do país pelo mundo.

A citada atriz era arrebatadora tanto na moda como no cinema. Apresentou-se sempre com um estilo muito próprio composto por lenços coloridos no cabelo, calções curtos, vestidos em xadrez (Vichy), de saia rodada e decotes em barco. Mesmo durante os anos 60 ela manteve esses estilo de menina. Brigitte representava uma mistura perfeita entre a mulher dos anos 50 com mulheres dos anos sessenta. Continuava com a sua feminidade aliada à luta pela libertação e revolução feminina. Era um paralelo entre o corpo dos anos 50, com a maquilhagem e roupagem dos anos 60. B.Bardot era uma mulher emancipada mas muito feminina. Depois da sua sessão fotografia, onde se

exibiu de biquini, na praia de Saint Tropez no sul da França, esse conjunto tornou-se um sucesso global e ela a imagem pessoal da mulher emancipada.

Fora das silhuetas curvilíneas de Brigitte, mas igualmente importante nesta década, surge Audrey Hepburn (1929-1993). Era uma atriz de origem belga. Destacou-se das demais neste percurso temporal. Audrey (Figura 15) era jovem, atriz, apaixonada, elegante, e com traços genuinamente europeus. Dona de uma tez clara, cabelo escuro e olhos escuros, era um ícone de referência que abandonava o culto da mulher voluptuosa da década de cinquenta, como assim se desejava. Tornou-se um reflexo de modernidade mundialmente, tanto pela sua naturalidade representativa, como pelo papel protagonizado no filme "*Breakfast at Tiffany's*" de Holly Golightly (Figura 16). Com este filme adquiriu uma notoriedade no mundo da moda, onde aparece com vestidos do mediático e já mencionado Givenchy. Os modelos de vestidos foram tão cobiçados que inúmeras lojas lucraram com a venda das imitações. (REED, 2013, p.18) Uma outra personalidade feminina igualmente mediática que se destacou na década, com um estilo clássico e elegante, semelhante ao adquirido por Audrey, foi Jacqueline Kennedy, a primeira dama mais nova dos Estados Unidos da América. Jacqueline era uma amante da moda. Ela com o seu estilo próprio influenciou muito a moda americana.



FIGURA 15. Audrey Hepburn no filme *Cinderela em Paris* com modelo Givenchy, 1957 (COCHRANE, 2015,p.22)



FIGURA 16. Audrey Hepburn no filme *Breakfast at Tiffany's*, 1961 (REED, 2013,p.18)

Nesta década as mudanças da moda não se realizaram todas ao mesmo ritmo e até houve rejeição de algumas por personalidades a ela ligadas. Os vários costureiros de renome como Guivenchy, Balenciaga, Fath, Rouff que se identificavam e conviviam com Dior, o criador da elegância e alta-costura dos anos 50, não concordavam nem apoiavam as alterações das tendências. Eles continuavam a partilhar uma conduta da elegância feminina vinculada a um corpo bem cuidado e detalhado. No entanto as casas de alta-Costura estavam a chegar ao fim do seu auge, porque os jovens dominavam a moda e eles preferiam a inovação, o pronto-a-vestir.

3.2.1. Síntese

No decorrer da década de sessenta, foi possível observar as diversas modificações na linha de tendências que surgiam à medida que a década evoluía. Esta nova postura perante a *Haute-Couture* exigiu que os criadores mudassem de atitude perante as evoluções evidentes. Muitos dos criadores citados não conviveram bem com esta nova fase, mas perante a “nova mulher” era-lhes exigido que se modernizassem e acompanhassem os novos tempos.

A moda feminina pouco a pouco afastou-se da influência da Alta-Costura em virtude dos novos valores da sociedade liberalizada e com o aparecimento da produção em massa.

As mulheres tinham novas mentalidades e desejos que já se manifestavam na década anterior. Estas “novas mulheres” tornaram-se verdadeiras guerreiras, lutaram pelo direito dos salários equivalentes, pelo direito ao voto e pela sua emancipação. Eram donas de casa, mães e trabalhadoras, exigiam contribuir com lucros no seio familiar e autonomia monetária.

Elas não queriam ser desvalorizadas, queriam ser ouvidas e respeitadas, tanto pelos maridos como pela sociedade. Desejavam dar um contributo. Sem descorar a maternidade nem as exigências familiares, lutavam pela igualdade

de géneros e pela autoridade. As tarefas domésticas deveriam ser repartidas por ambos os sexos e não só desempenhadas pelas mulheres.

Foi nesta nova fase do século XX que as mulheres conquistaram a possibilidade do exercício de cargos políticos ou profissionais nas mais diversas áreas, que outrora eram apenas permitidas aos homens. Conquistaram também o direito de procriar ou não, utilizando métodos contraceptivos, podendo assim adiar ou evitar a maternidade para quando se sentissem preparadas.

Nesta fase de rebelião e emancipação nasceram e propagaram-se as primeiras fundações feministas e partidos políticos, compostos na maioria por mulheres e seus apoiantes. Eram as jovens que lideravam estas novas frentes de oposição aos valores e vivências até então estipuladas pela sociedade retrógrada.

3.3. A moda nos anos 60

A moda foi um dos setores mais influenciados pela “loucura dos anos 60”. A incitação dos jovens, as afirmações femininas e a saturação de uma sociedade antiquada, machista e intolerante, possibilitaram a inserção de um novo vestuário feminino.

“Os anos 1960, por sua vez, chegaram introduzindo muitas mudanças na moda. De facto, foi o início da influência dos jovens para o comportamento da moda. Os tempos eram verdadeiramente outros.”

(BRAGA,2005,p. 48)

Esta nova fase da moda começou a ser extravagante no início da década de sessenta. Pouco a pouco tornou-se um símbolo da afirmação, do aspecto juvenil e do poder que a mulher começava a alcançar perante uma sociedade

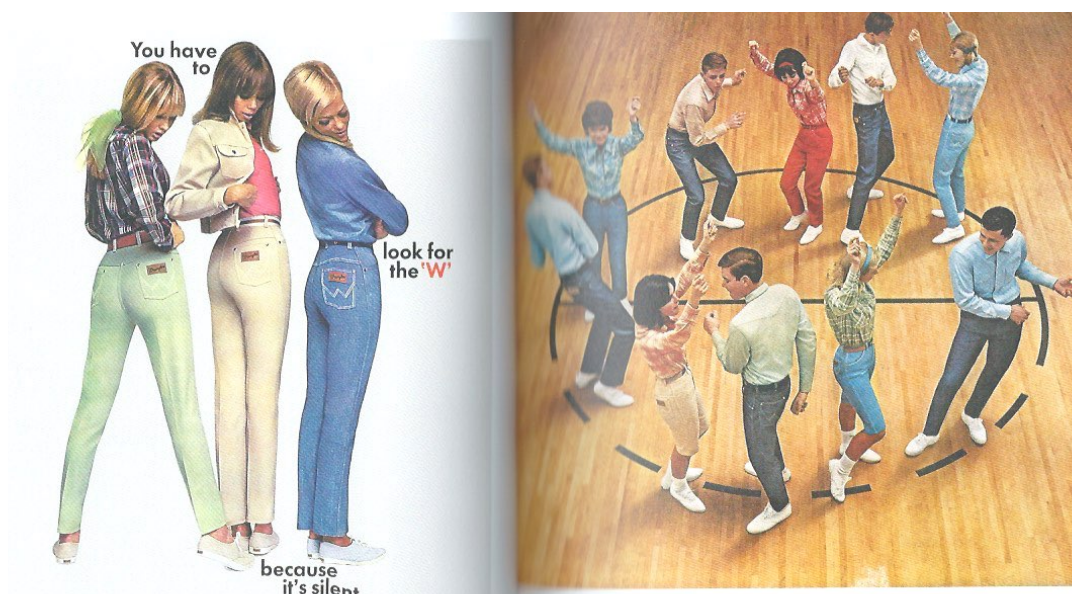


FIGURA 17. Jovens a protagonizar uma campanha publicitária, 1967.(NIEDER; HEIMANN, 2016, p.384,385)

dominada anteriormente pelos homens. O vestuário tornou-se o espelho da alma, do carácter e da personalidade que a mulher e os jovens pretendiam transmitir. A moda foi uma das maiores afirmações pessoais e coletivas nesta década.

Tornou-se acessível a partir do pronto-a-vestir, possibilitou a escolha pessoal no meio de uma imensidão de possibilidades existentes. Ela foi reproduzida de modo *standard*, vendida em todos os lados e adaptava-se a toda a população. Todos tinham a oportunidade de criarem e se vestirem com o seu próprio estilo.

“Estar na moda significa, a partir de então, ser fiel a si próprio, ser livre e afastar-se, ou não das convenções e costumes. Tal como o indivíduo, a moda autonomiza-se. Vestir de forma moderna torna-se um acto de afirmação, um gesto de libertação.”

(STICHELMANS, 2011,p.19)

Assim sendo os *swinging sixties* (expressão criada para caracterizar a loucura que se vivia) entregaram-se com ardor à estigmatização do império da sedução e da obsolescência. Nasce por conseguinte uma luta entre classes e

dominações burocráticas/ capitalistas que enalteceram a moda. Por detrás da ideologia da satisfação e das necessidades denunciava-se o condicionamento da existência, a procura incessante pela satisfação pessoal aliada à sedução. Por sua vez, a publicidade incidiu neste setor como uma manobra de condução à realização das necessidades estritamente adotadas às ofertas. Ela tornou-se uma comunicação de moda.

“ Por parte dos leitores até são frequentes as acusações às rubricas de moda, tidas muitas vezes como extravagantes, sofisticadas, inoperáveis, mas nem por isso elas deixam de ser olhadas como fontes de inspiração e como modelos a seguir”

(ECO,1989,p.83)

A publicidade incitava a divulgação das tendências, dos novos modelos e da nova face revolucionária que os jovens começavam a afirmar. Era através da disseminação das campanhas publicitárias que a sociedade se enamorava muitas das vezes pelos artigos, objetos, alimentos e vestuários. A publicidade estava no centro da atualidade e de toda a mudança. Era através dela que o reconhecimento e a procura proliferavam. Nesta década a publicidade apostava muito na rua, na televisão (passava a horas específicas de acordo com o publico alvo) e na rádio.

As novas marcas de vestuário recorriam muito a esta ferramenta publicitária, era a melhor forma de divulgarem o seu produto e irreverência. A publicidade da moda era geralmente divulgada através de placares nas grandes cidades e nas revistas de moda. Os acessórios e produtos de beleza, como perfumes e cosméticos também optavam muito pelas mesmas técnicas.

Muitas das campanhas publicitárias eram protagonizadas por modelos, atrizes e ícones cinematográficos da década. Estas personalidades faziam sonhar as populações, enaltecendo o culto pelas celebridades, pessoas de elite que despertavam o desejo nos consumidores que sonhavam ser como elas. Estas

celebridades influentes passavam a ser denominadas por *estrelas*. Tais notabilidades protagonizaram geralmente todas as campanhas de produtos de beleza, vestuário e cosméticos.

O culto por *estrelas* (*stars*) surgiu já nos anos 20, mas renasceu mais forte nos anos 50, no Pós-Guerra, perdurando nos anos 60. As *Stars* eram a magia da personalidade tal como a moda era a arte do parecer, uma e outra só existiram em virtude da dupla lei de sedução e de personalização das aparências.

Aliados ao culto da aparência estão os fotógrafos de moda. Eles tornaram-se a representação de uma nova cultura *Pop*, exibida entre revistas, televisões e catálogos. Os mídia interessaram-se por estes novos profissionais, prodígios na arte de fotografar. Já nos anos 50, cativavam mais leitores e espectadores com as abordagens modernas e sofisticadas no modelo em que representavam a moda, uma vez que esta era tão procurada e desejada.

Na vanguarda da fotografia destacou-se o americano William Klein (nascido em 1928). Novo nesta profissão. Klein na sua juventude mudou-se para Paris, onde realizou francos progressos na carreira. O seu trabalho foi tão notório na Europa que rapidamente se tornou o fotógrafo profissional de moda mais requisitado. O fotógrafo escolhia os ambientes mais inovadores, elegantes e repletos de bom gosto e assim, agradava aos colaboradores, criadores e designers de moda. Tanto nas suas edições como produções fotográficas, a harmonia entre a modelo, a paisagem, o ambiente e a roupa, formavam uma história que suscitava desejo de compra ao cliente. (REED, 2013,p.80)

Outro grande fotógrafo que impulsionou os *swinging sixties*, foi David Bailey (nascido em 1938), original de Londres. Explorava a moda feminina de uma forma moderna e sofisticada. Salientou-se por entre os demais, através da sua criatividade aliada à sofisticação das poses e *minimalismo* das formas. Como

tantos outros fotógrafos e artistas talentosos, David era proveniente de origens humildes, o que evidenciou uma mudança de mentalidades no mundo da moda, que até outrora apenas se relacionava com as classes de elite. (REED, 2013,p.32)

As primeiras campanhas publicitárias no pós-guerra, foram em grande parte protagonizadas por homens ou mulheres na casa dos vinte anos, que se assemelhassem a estrelas do cinema ou da música, que eram os ícones idolatrados. Nas décadas de 50 e 60 foram muitos os jovens adolescentes que protagonizaram essas campanhas publicitárias, incentivando outros adolescentes e os próprios adultos. A cultura da moda permitiu que se generalizassem os desejos de afirmação individual e independente. Os próprios fotógrafos procuravam caras novas, jovens e com carácter, sugerindo-as para campanhas fotográficas de grandes marcas. Mas tal feito só teve impacto já a meados da década de 60.

Mundialmente, só a partir de 1963 é que ocorreu uma propagação de novas inquietações e crenças, o que possibilitou a introdução de mudanças no vestuário maioritariamente impulsionado pelos jovens. A moda oriunda de 1960 foi dominada por duas linhas, a da Alta-Costura e o pronto-a-vestir, muito influenciada pelos *teenagers*, produto do *baby boom* do pós-Guerra. A extravagância que se evidenciava no vestuário, através de cores, texturas e tendências, era inspirada nas transformações tecnológicas e culturais que se faziam sentir. (CARDIM,2014,pp.28). Assim também Vincent partilhou da mesma ideia afirmando: “Surge na sociedade algo tão novo e revolucionário como a moda dos anos 60: a juventude não importa mais ser vulgar ou distinta, ela deseja simplesmente ser”. (VINCENT, 1989,pp.86)

A moda, desta década, foi sem dúvida uma das grandes marcas da mudança. Através da introdução do pronto-a-vestir ainda na década anterior, foi possível

passar as tendências da Alta-Costura para o vestuário do dia-a-dia, tornando-as mais acessíveis para as sociedades de classes menos prósperas. O pronto-vestir surgiu precisamente no momento em que as sociedades se democratizavam. A moda era um fenómeno social e psicológico, que nesta mesma fase pode abranger mais gente. “No sistema social moderno, democrático e individual, é um sinal de integração social e, ao mesmo tempo, de singularização.” (STICHELMANS, 2011,p.28). Este conceito acabou por desprestigiar a utilização regular da *Haute-Couture*.

“Um conceito mais arrojado é proposto para a elegância nos *sixties*, é este seu eixo central na renovação. Aos poucos os modelos *glamorous* ficaram restritos a festas de gala, sendo as peças sofisticadas consideradas as mais elegantes. Tudo o que era novo adquiriu um status acabando por combinar um equilíbrio entre arrojado, original e inovador, sem recair no que era considerado luxo anteriormente.”

(SANT’ANNA, 2014,p.64)

Com tudo, este feito de mudança acabou por proporcionar desagradáveis opiniões por parte da sociedade mais endinheirada, que interpretou este acontecimento como o fim do “chique” francês. Charlotte Seeling disse “A alta sociedade internacional e também uma parte da imprensa viu neste passo ousado uma quebra imperdoável das tradições de elegância da casa Dior”. (SEELING, 2000,pp. 344)

A Alta-Costura temeu o seu fim, as novas gerações já não se interessavam pelos modelos únicos, desenhos elaborados e confeccionados nos *ateliers*, elas queriam deixar de aparentar um estilo pesado e antiquado.

Yves Saint Laurent (1936-2008), antigo aprendiz de Dior, antes de todos os estilistas, percebeu as mudanças da época e das mentalidades das jovens, o que acabou por chamar a atenção delas para as suas criações. Começou a desenvolver peças de cabedal e a utilizar gola alta e um pouco mais “roqueiras”, fugindo de todo o conceito anteriormente seguido. Desde então,

a procura pela elegância, por peças vistosas e grandiosas estava esquecida. De acordo com Charlotte:

“Uma prova do génio de Yves Saint Laurent é o facto de ter reconhecido, antes de todos os outros, os sinais dos tempos: em 1960 apresenta camisolas pretas de gola alta e blusões de cabedal, como se quisesse vestir as jovens noivas de *rockers* de acordo com a sua posição social.”

(SELLING, 2000, pp. 344)

Saint Laurent (Figura 19) era ambicioso, visionário e muito dedicado a esta nova causa. Ele enaltecia as motivações femininas e com a criação de peças concebidas para mulheres reais, acabou por cativar a atenção tanto das jovens como das mulheres no ativo laboral.

Revolucionou também a moda com a criação do “*Le Smoking*” (Figura 20), um fato completo, com calças e blazer para mulher. Existia em duas versões, uma com 4 bolsos fechados e botão, e outra com corte reto e cintura alta, ambas acompanhadas por uma camisa de organza branca. Tinha como funcionalidade substituir o vestido preto básico (considerado indispensável no guarda roupa feminino) ou vestido de noite, pois este fato combinava com qualquer ocasião. Yves Saint Laurent (Y.S.L) era visto como um impulsionador da emancipação feminina. Ele dava-lhes a opção de usarem roupas tradicionalmente masculinas adaptadas a um corpo elegante feminino. Segundo Y.S.L, este conjunto era indispensável por estar sempre na moda e ser um símbolo de estilo próprio, bastante confortável.

Em 1966, este criador de sucesso, inspirado no *safári* africano, concebeu um casaco descontraído, com 4 bolsos e um cinto na cintura que ajustava a qualquer corpo. Inicialmente tinha sido idealizado para o público masculino, mas com a revolução feminina, as mulheres começaram a utilizá-lo como símbolo de igualdade e atitude. Desde então, este casaco tornou-se usual e a

sua utilização banal para ambos os sexos. No leque referencial de vestuário de Y.S.L, salientaram-se ainda os vestidos retos, as blusas camponesas, alguns deles com estampados inspirados em artistas contemporâneos como Mondrian e Cezanne, entre outros. O criador concebeu peças com traços masculinos para mulheres jovens envolvidas num meio urbano, onde a elegância e o conforto se abraçassem.



FIGURA 18. Vestido de Yves Saint Laurent, com estampado de Mondrian, 1965. (LEHNERT, 2001, pp. 62)

Com o aparecimento das peças unissexo, a mulher, pela primeira vez, ousou vestir roupas formais com um deliberado corte masculino. À semelhança das peças de vestuário, também o calçado resplandecia em cor e extravagância e masculinidade. (TEIXEIRA,2011,p.47)



FIGURA 19. Jaqueta safari de Yves Saint Laurent, 1967. (REED, 2013,107)

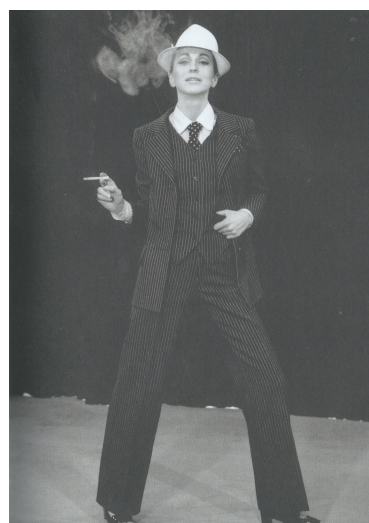


FIGURA 20. "Le Smoking" de Yves Saint Laurent, 1966. (REED, 2013, p.70)

Y.S.L com as suas criações, teve grande sucesso vários anos. As suas coleções foram apreciadas e desejadas pelas mulheres que começaram a largar a Alta-Costura. Y.S.L inspirou-se nos *gangsters* e nos *westerns* quando afirmou que o vestuário era uma forma de protesto. Esta ideia incitou, a partir desse momento, uma série de seguidores da Alta-Costura a adotarem esse novo estilo mas prático. Com Y.S.L pôde-se começar a falar em *prêt-à-porter* de luxo. (CARDIM, 2014,pp.31)

Impulsionado por estes novos géneros de pensamentos mais arrojados e modernos, o mercado do vestuário, em meados de 1964, foi muito influenciado pelas temáticas Espaciais. As descobertas espaciais e mais tarde a viagem do homem à lua, suscitaram inspiração nos designers amantes das viagens ao espaço impelindo-os a conceberem avassaladoras coleções com materiais nunca antes utilizados. A Era Espacial causou principal impacto na Europa, onde muitos criadores europeus manifestaram essa tendência. O designer espanhol Paco Rabanne e o arquiteto francês Pierre Cardin conceberam criações incríveis com transparências plásticas e incomuns, a partir de fibras sintéticas e matérias metalizadas. Todas estas peças foram um contributo para a continuidade desta tendência espacial.

Pierre Cardin (nascido em 1922) durante o seu auge foi um revolucionário, considerado um *vanguardista* para o seu tempo. O criador desenvolveu neste período as primeiras peças futuristas utilizando materiais alternativos como o plástico, o PVC, o *nylon*, o *vinil* entre outros. O arquiteto e mais tarde, criador de vestuário, centrava-se na simplicidade das formas e uniformidade, com estampados gráficos, estampados gigantes alusivos ao *Op Art*, mas mais colorido. Mais tarde, mas ainda nesta década, Cardin chegou mesmo a criar o seu próprio tecido, o *cardine*. A marca continuou a ser uma referência frequente no futuro das *passerelles* nas décadas seguintes. (COCHRANE, 2015,p. 30)

Na realidade, o começo da década de 60 foi muito pródigo na quantidade de nomes que se dedicaram à moda, dos quais se salientam, entre vários, Mary Quant britânica, André Courrèges francês, Pierre Cardin, Emillio Pucci (*vanguardista* no vestuário *airline*), Missoni (casal dedicado à evolução têxtil das malhas) entre outros. Os dois primeiros facultaram à moda coleções arrebatadoras e fora do comum até então experimentado. “Provavelmente nunca ficará esclarecida a questão sobre quem inventou a mini-saia: Mary Quant ou André Courrèges”.(SEELING, 2000,pp. 344).

A mini-saia foi a invenção que mais se salientou na década, em simultâneo com os *collants* e as botas de cano alto e salto raso. Apesar da mini-saia ter surgido primeiramente com Mary, o *look* de vestidos mini-saia e botas de cano alto foi produzido por André Courrèges.

André Courrèges (1923-2016) era um criador futurista, ele conseguiu expandir-se na moda e introduzir-se nela rapidamente, recorrendo à publicidade. Foi um dos primeiros criadores a recorrer a este meio de divulgação. O seu investimento na área publicitária era visível em inúmeros *outdoors*, as suas coleções estavam espalhadas por toda a parte. Nelas era evidente o modernismo futurista aliado ao vestuário arquitectónico. Ele próprio dizia “procurei uma moda dinâmica, com a preocupação constante da libertar (...), a mulher de hoje libertou-se. É preciso que também esteja fisicamente liberta. Não se pode vestir como se fosse estática ou uma mulher sedentária”. (LIPOVETSKY,2010,p.96)



FIGURA 21. Peças para a campanha publicitária de André Courreguè (REED, 2013, p.30)

André Courrèges na sua maneira de pensar modernista, assemelhava-se muito a Coco Chanel. Eles trabalhavam para mulheres libertas e dinâmicas. Ambos representavam a posição entre o “chique” e o “novo”. Chanel procurava defender a elegância aliada ao conforto e feminidade. Por sua vez Courrèges idealizava uma feminidade mais infantil com cores vivas e formas livres. Chanel propunha o estilo, enquanto que Courrèges ditava a moda. Apesar de terem surgido em gerações diferentes os dois procuravam conceber roupas para mulheres ativas e femininas. Foram visionários do novo vestuário. (SANT’ANNA, 2014,p.89)

Courrège, não propunha estilo mas sim moda. Trabalhava para corpos jovens cheios de vitalidade, no entanto Chanel concebia roupa para mulheres trabalhadoras, viajadas e maduras.

“Os estilistas passaram a usar o corpo, a partir deste momento como um veículo para a criação de novas tendências. Foi nesta altura que a moda começou a transitar para a era do individualismo”. (CADIM,2014,p.32). A apresentação pessoal deixara de ser igual para todos, tornara-se diversificada, existiam vários estilos e várias peças de roupa, cada um adaptava-a o seu próprio estilo.

No caso do casal italiano, Missoni, eles dedicavam-se às malhas têxteis, concebiam coleções inspiradas nos anos 20 com vestidos pelo joelho sem silhueta e mangas largas. Estes vestidos tornaram-se um grande sucesso na década de 60 pela sua originalidade e visão contemporânea. As peças eram concebidas em diversos tecidos como lã, algodão, linho, viscose e seda, com uma grande variedade de cores. A procura pela Missoni foi tanta e teve tanto sucesso, que rapidamente se tornou, uma das imagens de marca da cidade de Milão, umas das cidades de referência do pronto-a-vestir europeu. (REED, 2013,p.88)

Outra grande marca de *prêt-à-porter* parisiense, que também se salientou neste período foi a Chloé, criado por Jacques Lenoir e Gaby Aghion. A marca era muito à frente do seu tempo, ela preocupava-se com o design impessoal que as suas peças possuíam. A Chloé apelava à simplicidade e à facilidade do vestir, elaborando vestuário leve, que construía uma elegância sem esforço. As suas peças e coordenados eram geralmente retos, simples e pouco ornamentados. Toda a sofisticação e comodidade das peças, fizeram com que a marca se evidenciasse no pronto-a-vestir, por proporcionar à mulher trabalhadora elegância sem esforço e a um preço acessível. (COCHRANE, 2015,p. 24)

Jean Cacharel (nascido em 1932) foi outro nome muito relevante nesta década recheada de novos criadores de moda. Cacharel começou a sua vida profissional como um aprendiz de alfaiate. Ele apresentou a sua primeira coleção de pronto-a-vestir em Paris em 1963. Com grande sucesso e visibilidade que as suas peças adquiriram, aumentou a procura e interesse pelas mesmas e no ano seguinte apresenta-se de novo com uma nova coleção, a "BLOUSE". Ela era composta por peças muito femininas, suaves, tons delicados e estampados florais. Nesse mesmo ano a diva Brigitte Bardot apareceu na capa da revista francesa ELLE com uma peça floral da Cacharel. Tal sucedido contribuiu para a disseminação da marca pelas restantes cidades francesas e posteriormente a muitas cidades europeias. A moda Cacharel era muito jovial, contemporânea, simplificada e feminina. A marca utilizava muito as malhas, saias-calças, saias com pregas, estampados florais e em 1970 chegou mesmo a criar uma estampa própria a "Liberty". O estilo de roupa *Baby-Doll* (vestidos muito curtos semelhantes às camisas de dormir) era muito utilizado pela marca, geralmente combinados com outras peças. Este estilo tinha muita procura e vendiam-se por todas as grandes cidades europeias.

Um outro criador importantíssimo da década, foi Emílio Pucci (1914-1992). Ele era excêntrico dedicado ao vestuário *airline* futurista e trabalhou para uma

companhia aérea europeia. Criou uniformes com padrões psicadélicos, compostos por capacetes em vidro que protegiam o cabelo das hospedeiras, evitando que este se despenteasse ao sair do avião. Estes uniformes foram tão populares e irreverentes que lançaram Emílio Pucci numa projeção mundial. Emílio Pucci era um criador muito irreverente e moderno para o seu tempo. Ele reinventou o estilo *psicadélico* da *subcultura hippie*, adaptando-o ao pronto-vestir elitista.



FIGURA 22. Uniforme Airline, Emilio Pucci, 1965 (LOVEGROVE,2000)

Este *psicadelismo* era representado por uma mistura de ondas de cores, provocadas pelas alucinações das drogas consumidas pelos *hippies*. Tais padrões, que eram apenas utilizados por estas comunidades, acabaram por invadir os mercados em série. (LOVEGROVE,2000,pp. 9; 36)

Na década de 60 as companhias de aviação multiplicaram-se e novos uniformes foram criados. Eram vários os designers e criadores de moda que se debruçavam nestas criações. O pessoal de bordo, apenas mulheres, deveriam ser muito elegantes, altas e bonitas. Era uma profissão muito exigente e seletiva. Elas passavam por fases de seleção muito rígidas, o que lhes dava notoriedade.

Contudo a grande protagonista da criação da moda da época de 60 foi Mary Quant (nascida em 1934). Mary era proveniente de Londres, cidade onde se

desenvolveu o movimento hippie e revolucionário, com grande ênfase, nos anos sessenta. A sua moda era jovem, o que lhe proporcionou um grande sucesso mundial. Os vestidos simples e rectos que confeccionava eram irreverentes, porque podiam ser usados tanto de dia como de noite, o que facilitava a procura dos mesmos. A escritora Charlotte Seeling referencia que “durante uma década, Mary Quant esteve em harmonia total com a época (...) tudo o que lançava ia ao encontro do espírito da década”. (SEELING, 2000, p. 393)

A carreira da criadora iniciou-se com a BAZZAR, uma boutique de roupa em Londres fundada por ela e pelo marido. Nesta loja eles vendiam diversas marcas dos mais variados criadores europeus e principalmente designers ingleses, mas também algumas peças que ela própria concebia.

O sucesso da boutique foi imediato, as suas criações simples e infantis, esgotavam-se rapidamente, aumentando os lucros num curto espaço de tempo. Dada a afluência e aceitação, a criadora iniciou a venda de mini-saias à experiência.

A popularidade desta saia curta foi tanta que rapidamente os lucros duplicaram, tornando-se usual como símbolo do manifesto feminino. A invenção da mini-saia como anteriormente foi referido, disputou-se entre Mary Quant e André Corréges, pois o criador lançou no mesmo ano vestidos curtos e alguns coordenados bastante acima do joelho. Mary Quant (Figura 23) estudava as ideias e as tendências das jovens, ela pensava como uma jovem, acreditava que ter umas pernas perfeitas escondidas por entre calças ou saias midi, não era desejado por nenhuma rapariga, por isso, inventou as mini-saias, possibilitando às mesmas evidenciar as suas pernas esbeltas e invejáveis.

Com a utilização assídua da mini-saia pelas jovens, a moda inglesa afirmou-se sobre a moda francesa. As jovens impunham o seu gosto perante a sociedade adulta. A mini-saia, além de ser vestuário, representava a mudança dos

costumes e da visão retrógrada da sexualidade feminina. Pelo facto da mulher exhibir mais do corpo do que era costume, refletiu a liberdade sexual pela qual já lutava. A mini-saia era uma peça que surgiu da liberdade da juventude. (STICHELMANS, 2011,p.20)



FIGURA 23. Mary Quant, com a mediática mini-saia e botas, 1967 (COCHRANE, 2015, p. 34)

Juntamente com as mini-saias surgiram os *collants* coloridos. (COCHRANE, 2015,p. 34). Os *collants* revolucionaram a maneira como as mulheres se mexiam de saia ou de calções, proporcionavam-lhes movimento e destreza sem a preocupação de poderem mostrar algo a mais do que era pretendido. Estas meias em lã ou de nylon opacas ou de vidro, grossas ou finas e monocromáticas, apareceram no mercado europeu também no início dos anos 60.

Na década referida, a 7ª arte, o cinema, era uma plataforma de lançamento para diversos criadores. Muitos designers disputavam a eleição das suas peças nos filmes de *Hollywood*, com o intuito de promoverem e difundirem as suas marcas. Vestir atrizes, ou conceber modelos a serem usados nos filmes, era prestigiante e ótimo para o negócio.

Na realidade a moda nesta década era marcada pelo uso de vestidos curtos, retos, botas sem salto, *soutiens*, *collants* e maquilhagens exageradas. Tinham-se abandonado por completo os vestidos delineados, elegantes e a maquilhagem aliciante da década anterior. Nesta década desejava-se o exagero de cor e extravagância em todas as peças “ A elegância era a última aspiração das jovens (...) agora eram elas que ditavam a moda e eram as mães que seguiam as filhas até aos limites da decência”. (SEELING,2000,p. 344)



FIGURA 24. Collants femininos .(NIEDER, HEIMANN, 2016, p. 408,409)

Uma outra criação muito controversa e utilizada por estas novas consumidoras, foi o monoquini de Rudi Gernreich (1922-1985), um criador vanguardista americano. Rudi Gernreich criou o primeiro vestido topless assim como o monoquini, um biquíni que deixava os seios desnudos. Na realidade vários exemplares foram vendidos, apesar de muitos países terem suprimido a sua utilização em locais públicos. No entanto, raras foram as vezes que a peça foi presenciada em praias ou estâncias balneares. Rudi Gernreich demonstrou ainda a sua criatividade na criação de macacões, *collants*, *leggings*, e criações de vestuário onde o fecho aparecia visível sendo acessório decorativo da peça. (REED, 2013,p. 34)

Este criador como outros referidos anteriormente impulsionaram esta nova fase da moda. Os criadores interligaram as suas causas revolucionárias, acompanhando os jovens, as mulheres e todos os cidadãos com mentalidades mais abertas nesta luta. Os criadores de marca própria, em geral, libertaram-se de preconceitos e substituíram a Alta- Costura pela moda pronto-a-vestir.

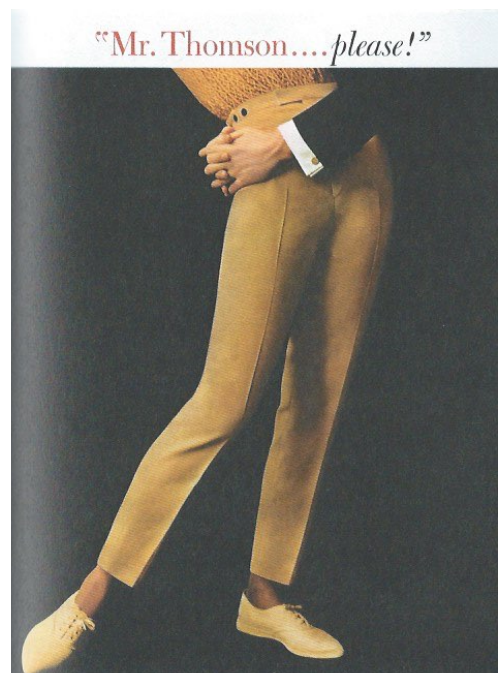
A Alta-Costura, sentiu a necessidade de se adaptar à modernidade. Muitas destas casas, além das peças de vestuário começaram também a apostar na venda de cosméticos e perfumes, que era uma forma de continuarem visíveis e mais acessíveis, obtendo lucros. Mas houve também muitos criadores, que seguiram o exemplo de Yves Sant Laurent, começando a criar peças mais curtas ou coordenados com calças e mini-saias. Eles queriam continuar a captar a atenção da sociedade e como tal tinham que fornecer exemplos de peças mais modernizadas.

As calças, embora já utilizadas desde os anos 30, mas sem grande aceitação nas classes altas, apenas nesta década de 60, adquiriram uma posição prestigiante. Elas eram modernas, confortáveis e proporcionavam mobilidade à mulher. Na realidade eram muitas as mulheres, sobretudo mais velhas, que ainda se mostravam reticentes à sua utilização por as considerarem associadas à classe trabalhadora ou às manifestantes feministas. Mas com o decorrer do tempo e inserção desses modelos nas casas de alta costura, as senhoras começaram a familiarizar-se com as calças e a utilizá-las com mais frequência. Na realidade, a mulher nesta década, ganhava cada vez mais espaço no universo laboral masculino. “ Porque as calças, tal como a mini-saia, constituem uma aposta corporal, a da libertação. Ao utilizarem calças, as mulheres manifestaram o seu poder sobre certos setores de atividade, até então reservados aos homens”. (STICHELMANS, 2011,p.27)

Essa inserção refletiu-se numa utilização regular das calças. Elas eram até muito mais procuradas e apreciadas, por algumas senhoras, do que as mini-saias, onde o corpo ficava mais exposto. Mas para as senhoras mais conservadoras e

de idade, a utilização das calças continuava a ser uma afronta à posição da mulher no seio familiar. Existiam também locais públicos onde as mulheres continuavam a não poder utilizar as calças, como por exemplo nos escritórios, nas escolas, nos teatros e entre outros locais.

FIGURA 25. Senhora de calças em anúncio publicitário, 1963 (NIEDER; HEIMANN, 2016, p.373)



Uma vez que a Alta-Costura começou a criar coordenados com calças e fatos bastante elegantes, a sua utilização deixou de ser tão constrangedora. Houve até uma maior aceitação dessas mesmas peças nas classes mais burguesas. A Alta-Costura, como foi referido, recorreu a esta moda para cativar mais jovens e acompanhar esta nova visão de vestibilidade.

"A emergência de uma cultura da moda jovem, na segunda metade do séc. XX mudou as relações de poder no interior da indústria da moda. A partir do início dos anos sessenta a *couture* perdeu o seu domínio e deixou espaço a estruturas mais flexíveis que combinaram a produção em série com preços mais acessíveis, inovação e vestibilidade, marca e valor social"

(RIELLO, 2012, p. 116).

Nesta referência, Giorgio fala do facto de a *couture* ter determinado sempre a moda, relativamente ao que era ou não era tendência. Foi neste época que

pela primeira vez, a alta-costura foi ultrapassada pela moda de rua, da classe mais baixa, na perspectiva de Lipovetsky:

"(...) nos anos 50 nos países industrializados foi possível reproduzir rapidamente os modelos de alta costura, não sendo apenas fabricados os pronto a vestir, mas também os semiluxo. A Alta-Costura lança as tendências anuais e os restantes seguem-na".

(LIPOVETSKY,2010,p.95)

" A idade de ouro da moda moderna tinha por epicentro a Alta-Costura parisiense, laboratório de novidades, polo mundial de atraso e de imitação quer na confecção quer na pequena costura. Este momento aristocrático e centralizado terminou com esta nova década. A Alta-Costura perdeu o estatuto de vanguarda que a caracterizava, deixou de ser o foco da moda viva no preciso instante que a década seguinte se tornara individual, acompanhada por modelos futuristas de baixo custo. Nos anos sessenta certas casas ainda podiam manifestar o seu esplendor mas nada como dantes. Elas apenas prosperavam pelo seu pronto a vestir, pelos seus clientes certos e pelos perfumes".

(LIPOVETSKY, 2010,p.146)

A *Haute-Couture* nos anos 60, lançou-se no fabrico de perfumes, cosméticos e acessórios. Já não produzia as tendências, apenas produzia os clássicos da marca, peças ícones que as caracterizavam, onde transpareciam a ousadia e a estética efêmera da moda feminina.

Esta mudança foi inédita, pois a realidade anteriormente vivida nos anos 50 passou a ser obsoleta, nunca até então a sociedade se tinha deixado seduzir e influenciar pelo gosto e opinião dos mais jovens, que preferiam a moda da *subcultura*.

Na realidade, a moda influenciou classes, grupos, gerações e sociedades. Emancipou uma população e abriu caminho para novas mentalidades. "A

moda passou também a procurar a inspiração na rua. Isto deveu-se principalmente ao facto das tendências da moda, nesse momento, se encontrarem com rumo incerto (...)” (CARDIM, 2014,pp.32). “ O luxo supremo e a moda dissociaram-se, o luxo já não era o máximo da moda, e a moda já não se identificava com as compras de elevados valores.” ((LIPOVETSKY, 2010,p.147)

Esta revolução da arquitetura da moda dos cem anos, sempre feita à medida, foi em grande parte modificada pelo pronto-a-vestir. A produção em massa, que surgiu ainda na década de 50, possibilitou a acessibilidade da moda de qualidade a todos. A roupa era produzida num curto espaço de tempo, acompanhando as tendências e as novas estéticas. Esta indústria tornou-se rapidamente amada por todas e com especial relevância pela população mais jovem. Após a 2ªGuerra Mundial o desejo de acompanhar e seguir a moda expandiu-se com o aparecimento do *prêt-a-porter* propagando-se pelas diversas classes sociais.

“ Na origem do produto esteve a democratização pelo desejo da moda adquirida pelos individualistas, pela multiplicação dos jornais e revistas femininas e pelo cinema, mas também pela lubricidade de viver o presente estimulado pela cultura de massas. O aumento do viver económico familiar, da cultura e do bem estar, do lazer e da felicidade imediata do consumo, onde a vida também se inseriu”

(LIPOVETSKY, 2010,p.155)

De acordo com Lipoversky o culto pela estética da moda tornou-se acessível às classes populares. Estas mesmas classes procuravam o poder da mudança e o prazer da novidade, de gozar o momento e ter qualidade de vida familiar. O pronto-a-vestir surge com a emergência da nova sociedade ligada ao presente, futuro e consumo imediato.

“ A sociedade voltada para o consumo e o espetáculo, fomentada pelos processos históricos vivenciados no período, levaram à expansão da sociedade na moda. A

consolidação do parecer como lógica social levou o campo de produção das mercadorias vinculadas à dimensão estática a desenvolver um mercado altamente competitivo. Este aspeto sócio-económico dinamiza o setor da produção do vestuário e exige-lhe mais do que a oferta de uma roupa, a oferta de um desejo (...). O pronto-a-vestir entrelaça-se a tais factos, discutindo mais adiante a instituição de um outro padrão de elegância. ”

(SANT’ANNA, 2014,p.64)

Com o evoluir e aumento da procura, a produção industrial apercebeu-se que seria necessário criar diversos núcleos de designers de moda, de forma a fornecer roupa adequada aos mais diversos públicos, originando assim as primeiras multi-marcas generalistas de roupa. A produção industrial de vestuário investia nos têxteis em lã, nos naturais e nos sintéticos, com o intuito de criar peças acessíveis a todas as classes num curto espaço temporal. A criação de cursos superiores de Design de Moda aumentou nas cidades mais industrializadas como Milão, Londres, Nova York e Paris.

Na produção em massa era possível encontrar peças de qualidade, assim como outras mais inferiores. Existiam diferentes fabricantes centrando-se tanto na classe média alta, como na classe média ou baixa. Todas estas fábricas de pronto-a -vestir acompanhavam as tendências das coleções sazonais. Estavam sempre em atividade constante. Com a contratação das equipas de Design de Moda, o produto adquiriu qualidade, elegância e requinte.

“Estas equipas proporcionaram um status à produção pronto a vestir. Estas primeiras marcas e multi-marcas lançaram-se com grande êxito a partir da publicidade, proporcionavam o desejo de comprar ao cliente, captava a atenção e faziam-se evidenciar em todos os cantos, era um investimento muito lucrativo”.

(LIPOVETSKY, 2010,p.149)

Com as equipas de designers de *prêt-à-porter* a adquirirem sucessos notórios, o seu anonimato começou a reduzir-se e eram cada vez mais aplaudidos pelos sucessos e apreciados pelos mestres da indústria. Eles concretizavam peças de valor acrescentado estático e personalizado, onde era evidente a inspiração própria de cada designer.

Após os primeiros anos do pronto-a-vestir, com roupa de baixo custo, mas de qualidade medíocre e sem autor, o aparecimento de designers especialistas na indústria da moda, possibilitou o desenvolvimento de marcas próprias mais prestigiadas em cada setor. Dentro das novas marcas trabalhavam diversos designers talentosos que se destacavam dos demais. Pela primeira vez estes criadores passaram a ser tão valorizados e desejados como os da Alta-Costura.

Desde os meados dos anos 50 que as boutiques já eram populares e forneciam peças *standard* de várias marcas. Mas a partir do início da década de 60, a *ready-to-wear*, começou a estabelecer-se por contra própria, nasceram marcas de roupa pronto-a-vestir, concebendo peças da sua autoria que agradavam a todas as classes de consumidores, tanto aos jovens como as pessoas mais conservadoras. Com este sucedido novos criadores de moda lançam-se fora da *Couture*. Estes designers, muitos deles já formados academicamente em moda, trabalhavam para as tendências rápidas e breves, mas de uma forma muito profissional.

Este processo democrático possibilitou as diferenças simbólicas entre marcas, que trabalhavam para diferentes estilos e gerações, diferenciando os conceitos mais conservadores e antigos dos futuristas, o que proporcionou uma redução das desigualdades sociais. Passaram a existir diversas marcas adequadas aos mais diversos orçamentos, diferenciando-se pela qualidade e a variedades de produtos.

Neste contexto, o *sportwear*, vestuário desportivo, começou a afirmar-se no vestuário jovem, transparecendo uma imagem mais liberta e descontraída.

Vários designers exploraram este estilo de roupa desportiva e elaboraram peças únicas de materiais sofisticados. Muitos destes criadores apostaram nas malhas de fibra elástica (elastano) com o intuito de criar peças ajustáveis para qualquer atividade física. Este feito proporcionou uma maior facilidade motora nas atividades desportivas. “ Até os adultos e as pessoas mais idosas renderam-se ao *sportswear* e aos jeans. Com a aprovação do estilo jovem o mimetismo democratizou-se. (...) cada indivíduo trabalhava a sua imagem pessoal tentando torná-la única”. (LIPOVETSKY, 2010,p.150)

Um outro hábito adquirido pelos jovens foi a utilização de roupa descartável. Esta geração adquiriu o mau hábito de comprar a última tendência da moda, usá-la e depois pô-la de lado. Como os materiais sintéticos eram baratos e fáceis de encontrar, esta década de 60, assistiu ao aparecimento de uma moda breve mas intensa de roupas plásticas e em papel. Este costume tornou-se o “cúmulo do chique *sixties* ” e as boutiques de roupa em papel abriram por todo o lado. Artistas e poetas do tempo como, Andy Warhol e Allen Ginsberg, compactuaram com esta moda e desenvolveram vestidos de papel com latas de sopa estampadas, assim como vestidos com versos e poemas. (WORSLEY, 2011,p.47)



FIGURA 26. Vestido em papel com o estampado das latas sopa. (La colección del Instituto de la Indumentaria de Kioto, 2010, p.579)

De acordo com o analisado, a cultura jovem foi importantíssima na formação do pronto-a-vestir. Esta geração conectada aos *baby boom* e ao poder de comprar que os pais lhe proporcionavam, revelou-se em diversas manifestações de individualismo pessoal. Eles pretendiam transmitir a dinâmica duma nova era. Esta nova cultura juvenil originou “o estilo anos 60” totalmente liberto de perfeccionismo e espontaneidade criativa, onde a originalidade reinava.

Desta forma o pronto-a-vestir modernizou-se, rejuvenesceu e democratizou os protótipos da moda, impulsionado pelos jovens. Eles abandonaram a cultura dos bons costumes e valores sociais vivida anteriormente. As jovens já não queriam ser como as mães, mas as mães é que queriam ser como as filhas modernas e versáteis. Nesta fase já não se ambicionava ser delicada, o importante era seduzir e ser seduzido.

“ As boutiques, cada vez em maior quantidade tanto na Europa quanto nos Estados Unidos, facilitaram o acesso ao consumo e democratizaram a moda. A mini-saia foi marca registrada e sinónimo feminino de emancipação, independência e modernidade. Ela vingou, por sua vez, especialmente pela aparição e pelo uso da meia-calça, dando à mulher mais liberdade para exhibir a sensualidade e a ousadia, proposta pela própria míni.”

(BRAGA, 2005,p. 49)

Alguns dos jovens desta geração, foram mais radicais e emanciparam-se de uma forma peculiar em relação aos demais. Eles revelaram a sua contrariedade política pelas roupas e forma de estar perante a sociedade. Nasceram assim as primeiras comunidades *Hippies* originais da América. Eles expressaram a sua linguagem e espiritualidade como forma de manifesto. Na comunidade *Hippie* a moda desigual e sem estética, existia como forma de afirmação.

Eles espelhavam a liberdade através do vestuário. Não existiam barreiras entre o que era de homem ou o que era de mulher, produziam peças unissexo, que

eram um sinónimo de igualdade. A junção de tecidos de várias tonalidades e sem regras, formavam uma só peça. Estas peças eram inspiradas pela cultura indiana, marroquina e até afegã. Elas eram compostas por franjas, bordados, flores, entre outros elementos. As vestes eram românticas, feitas à mão através de *patchwork*, *croché* e *tricô*.

No entanto esta moda acabou mais tarde por inspirar outros designers e passou a ser comercializado por várias marcas de pronto-a-vestir, acabando por perder o ênfase pelo qual tinha sido criada. Esta comunidade *Hippie* era um nicho com motivações muito próprias e delineadas. Como tal não aceitou de bom agrado a inserção dos seus trajes numa sociedade consumista que tanto os incomodava e à qual eles não queriam agrupar-se.

Os anos 60 foram repletos de motivações contraditórias. Uns apelavam ao consumismo em massa, à utilização de roupa descartável e ao excesso de vestuário sem qualidade que mais tarde se tornava lixo. Por outro lado existiam movimentos contra todo este consumismo e desperdício.

“Vários condicionalismo permitiram que a década de 60 reivindicasse a sua própria moda, por isso, a hegemonia da alta-costura e dos padrões de beleza mais duradouros foram derrubados pelo pronto-a-vestir e pela moda jovem”

(Teixeira, 2011,p.46)

3.4. Anos 60 e a moda em Londres (*Swinging London*)

Nos anos 50, a moda inglesa, à semelhança da restante Europa, encontrava-se muito limitada à Alta-Costura. Durante esta fase, a moda inglesa foi muito divulgada e apreciada através das criações de Norman Hartwell (1901-1979), o costureiro oficial da coroa.

Este criador de relevância, inglês, projetou e desenvolveu o vestido de casamento da rainha Isabel II, assim como grande parte dos trajes reais cerimoniais da rainha ao longo do seu reinado. Norman, ao longo de décadas marcou a forma de vestir de toda a família real, assim como da restante população britânica. Todas as peças de vestuário utilizadas pela realeza, eram exemplo de estilo a seguir pela sociedade inglesa. Este estilo Inglês era muito clássico e colorido. (TEIXEIRA, 2000,p.151)

Mais tarde, já nos anos 60, como na generalidade da Europa, a moda londrina sofreu diversas alterações impulsionadas pelos jovens eletrizantes e revolucionários. Esta nova forma de estar e de ser um pouco extravagante em relação ao que já tinha sido vivido, impulsionou a nova visão da música, do cinema, do teatro e acima de tudo da moda. Todos estes meios foram influenciados pelo movimento *Swinging London*, movimento de efervescência cultural e modernista. Londres surgia irreverente e incontrolável, tudo o que nascia na cidade capital era moda e rapidamente se espalhava pelo resto do mundo. Esta cidade para as classes mais jovens tornou-se mais importante que Paris, que até então era a capital mundial da moda.

A capital britânica era o centro de toda a jovialidade. Tudo o que era jovem moderno e futurista estava em Londres, denominada a capital do “cool”. Esta conotação *Swinging London* foi utilizada a primeira vez pela jornalista Diana Vereeland. *Swinging* (vibrante, arrumada e moderna) define a vida e os costumes desta cidade tão vanguardista e moderna.

Os jovens, absorvidos pelos enfáticos acontecimentos, idolatravam diversas personalidades que se destacavam. Eram muitos os jovens artistas que pela primeira vez começavam a angariar legiões de fãs. Exemplo disso foram várias(os) modelos, músicos e atores. Assim surgiu a fama de Jean Shrimpton (nascida em 1942). Ela era uma jovem modelo, que no início da década, adquiriu muitíssimos fãs e admiradores, a sua beleza peculiar enquadrava-se na plenitude com o avanço da era.

Por sua vez, Sandie Shaw (nascida em 1947) foi outra jovem que ascendeu repentinamente e que se inseriu no mundo da música sem esforço. Os jovens adoravam-na, ela representava a originalidade britânica pelas aparições descalças em palco, o que a diferenciou das demais.

Entretanto, já no final da década evidenciavam-se os primeiros sinais de inserção das mais diversas raças no mundo do espetáculo e moda. Marsha Hunt (nascida em 1946) foi exemplo disso. Ela foi a primeira modelo negra a protagonizar várias páginas da revista Vogue Britânica, o que na altura era um feito inédito.

Todos estes acontecimentos suscitaram um interesse e divulgação da modernidade inglesa e a sua influência mundial. (REED, 2013, p.12;16;86)

No continente americano a exaltação inglesa era admirada. A revista americana TIME publicou uma capa exemplificativa dessa mesma referência (Figura 27).

“On 15 April 1966 the American weekly news magazine Time, published a special edition celebrating ‘London: The Swinging City’. perhaps more than any other artefact from the mid 1960s it expressed all that was distinctive about the culture of the british capital. the cover illustration designed by geoffrey Dickinson captured what would become the clichéd signifiers of an era.”

(BREWARD, 2006, p.8)



FIGURA 27. Capa da revista TIME, 15 Abril 1966
(BREWARD, 2006, p.9)

Londres estava a desenvolver-se culturalmente, na arte, na moda, na arquitetura e na urbanização. Esta época em Londres foi chamada de “Brave New London”. Era uma cidade jovem, procurada pelos jovens e tudo o que nascia nela era a pensar nos mesmos. A arquitetura paisagística da cidade estava na moda e era um cenário muito procurado para filmes e para as fotografias de produções de moda. Na cidade nasciam prédios de múltiplos andares, modernos, vidrados e deslumbrantes que davam vida e modernismo à capital. Neles desenvolveram-se diversas empresas, apartamentos, trabalhos e lojas de grande comércio.

As montras das lojas eram aliciantes e decoradas com cores vibrantes que recordassem a energia e presença dos “swinging London”. Com o desenvolvimento jovem na cidade também aumentaram as diversões noturnas, elas eram aliciantes e muitas vezes recorriam às drogas e ao álcool. As ruas de certas zonas, durante a noite, eram invadidas por muitos jovens que consumiam tudo o que alterasse o seu estado de sobriedade, como se não existisse um amanhã, vivia-se o prazer do momento.

Londres estava a ser invadida por *teen's* de toda a Europa. Eles começaram a querer alojar-se lá, o que acabou por favorecer a economia inglesa. Nasceram assim vários edifícios de baixo custo nas periferias da cidade, em virtude de comportar estes novos habitantes que ansiavam o êxtase de Londres.

No entanto esta enchente não agradou à maioria dos habitantes da zona centro e nobre londrina. Eles temiam que pudessem haver mais roubos, insegurança, delinquência e uma falta de equilíbrio numa cidade tão ligada à coroa e à rigurosidade pessoal. Londres dividiu-se assim entre zonas mais jovens e alternativas e locais mais clássicos e burgueses. Existiam diferentes espaços sociais que se adequavam aos demais clientes. Londres não se perdeu por entre esta nova fase, mas dividiu-se de uma forma genuína. (BREWARD, 2006,p.44)

Toda esta mudança e inserção de novas culturas numa cidade tão ligada às tradições, resultaram numa imensidão de novos hábitos, culturas/contraculturas e estilos. As classes sociais eram mais abrangentes e a classe média começava a ganhar poder. Aliada a ela estavam estes jovens que formavam novos grupos sociais e contestavam a desigualdade social, assim como no resto da Europa.

Mas em Londres a extravagância dos "Swinging London" suscitou um maior número de estilos e de crenças, que resultaram em diversos "Street Style" todos eles muito diferentes entre si e que se caracterizavam uns dos outros. Eram estilos muito próprios, criativos e genuínos de origem londrina, que captaram legiões de fãs por toda a parte. (BREWARD, 2006,p.45)

Perante esta influência sobre a sociedade jovem, surgiram novas sub-culturas como os *Modernist* ou "Mods" (Figura 28). Os "Mods" era um grupo de jovens modernos, elegantes e simplistas. Eles gostavam de demonstrar o seu poder económico. Os "Mods" foram os precursores do *minimalismo* na roupa.

FIGURA 28. Jovens da sub-cultura Mods (POLHEMUS, 1995, p.51)



Eles inspiraram diversos costureiros e estilistas pelas escolhas simples no vestuário. (WORSLEY, 2011,p.29). Mas a meados da década de 1960, os 'Mods' enfrentaram uma ameaça impressionante. De repente todos eram ou queriam ser um "mod", desprestigiando e desvalorizando a verdadeira essência que os motivara. Apenas as formas de vestir fascinava os inúmeros seguidores.

Enquanto esses "imitadores" do estilo continuavam a proliferar, um pequeno contingente dos 'Mods' decidiu enaltecer a sua imagem e voltar ao básico das suas crenças criando um grupo social provocatório, os 'Skinheads' (Figura 29). Eles utilizavam o cabelo totalmente rapado, botas de sola grossa, como as do exército, suspensórios e roupa escura. Inicialmente esta vertente dos 'Mods' não tinha qualquer incentivo político. (POLHEMUS,1994,pp.69;71). O estilo 'Skinhead' estava aliado ao conceito unisexo, adotado pelos 'Mods', mas com características, crenças e manifestações totalmente distintas. Eles mais tarde tornaram-se extremistas e líderes de grupos radicais.



FIGURA 29. Jovens da sub-cultura Skinhead (POLHEMUS, 1995, p.69)

Um nicho social que nasceu também dentro do conceito unisexo foi o estilo "Glam". Os elementos dos "Glam" ultrapassavam por completo o conceito de roupa sem gênero, até então conhecido pelos *hippies*, pelos "Mods" ou até mesmo pelos *psicadélicos*. Os 'Glam', homens ou mulheres, manifestavam-se através de penteados exóticos, maquiagem exageradas e roupas excêntricas. (POLHEMUS, 1994, pp.74,75)

Outro grupo jovem que apareceu nas mesmas circunstâncias de revolução e afirmação em Londres, mas ainda nos anos 50, foram os "Teddy Boys". Eles constituíram um nicho masculino, onde os seus elementos jovens utilizavam um estilo britânico conservador e com muita classe. O seu estilo inspirado no rei inglês Edward VII, compunha-se por jaquetas de corte de alfaiate, mas já com um estilo desgastado, completado por calças estreitas, coletes e adereços personalizados que caracterizavam o seu estilo próprio. Os jovens aderentes do "Teddy Boy", um estilo de subcultura, utilizavam algumas vezes roupas já usadas ou a baixo custo, mas com a intenção de imitar as classe mais elegantes e prestigiadas britânicas. Este estilo discordava das ideologias dos "Mods". Situavam-se em campos totalmente opostos. Esta vertente de vestuário era muito utilizada pelos seguidores de "Rock and Roll" e pelos

“Rockabillys” (um sub-gênero do “Rock and Roll”) que caiu em desuso com a predominância de outras subculturas. (POLHEMUS, 1994,pp.33;41)

Nesta fusão de modernidade e exagero, a *Carnaby Street*, uma rua de lojas de retalho de vestuário, criação, música e arte, tornou-se a menção da cidade, um dos ex-libris de Londres. Era a rua que dispunha das lojas e boutiques mais atualizadas e seguidoras das tendências, onde se vendiam os discos mais recentes e onde a música se destacava tanto como a moda. Todas as peças, cores e modelos tendênciais existiam na *Carnaby Street*, todas as vertentes de arte e estilo concentravam-se ali. Os jovens utilizavam as roupas como forma de expressão e era lá que mais se inspiravam e transmitiam a sua extravagância. Londres refletia toda esta euforia. Era a cidade, onde todos se sentiam livres para usar roupas e acessórios mais experimentais, inspirados pela música e pelas mudanças dos estilos de vida adotados na época. Considerou-se a década do fim das modas únicas, pois começaram a surgir várias formas de vestir e de agir.

Foram várias as boutiques de moda juvenil que se aventuraram a abrir na rua londrina e grande parte teve êxitos inexplicáveis. Uma dessas novas boutiques que abriu na *Carnaby Street* foi a GRANNY TAKES A TRIP. A sua popularidade foi tão notória que teve vários meses de destaque na revista TIME. A boutique reunia no mesmo espaço a arte, a moda e muita loucura como era esperado por esta legião jovem.(REED,2013,p.66)

Por sua vez, Mary Quant, londrina, foi uma das designers (como anteriormente foi referido) que mais se notabilizou na moda britânica. Ela, muito vanguardista, feminista e lutadora, propagou a mini-saia por entre o culto jovem. Foi a peça de roupa que mais revolucionou o vestuário feminino desde sempre. Mary Q. era dona de uma das lojas mais modernas e populares de Londres, onde ela vendia os seus próprios modelos. Mary tornou a sua loja BAZZAR numa das maiores referências de estilo, mundialmente.

"products were to be worn by emancipated woman : 'i want free-flowing, feminine lines that compliment a woman's shape , with no attempt at distortion. i want relaxed clothes, suited to the actions of normal life. "

(BREWARD, 2006,p.40)

A fama e o domínio do vestuário de Mary Quant, a sua estética e irreverência visível por entre os londrinos, proporcionaram protagonismo ao cabeleireiro Vidal Sassoon. Ele penteava meticulosamente a criadora, concedendo-lhe um estilo muito próprio. Rapidamente o cabeleireiro revolucionário começou a ser procurado pelas mais diversas elites inglesas. Os seus cortes eram muito geométricos, geralmente curtos, cheios de estilo e de pouca manutenção, o que facilitava a vida das mulheres. Vidal tornou-se um dos cabeleireiros mais reconhecidos na década de 60, os seus cortes tornaram-se intemporais e sinónimo de singularidade. (REED,2013,p.36)

Foram muitas as lojas que abriram em Londres, também por este impacto de estilo da moda britânica. Uma das novas boutiques da época, também com um nome muito influente foi a BIBA, fundada por Barbara Hulanicki (nascida em 1936). Era uma boutique independente e frequentada por personalidades da época. Ambas as lojas, BAZZAR e a BIBA, situavam-se na *Carnaby Street*. Londres reunia toda a essência da moda. Era uma cidade única e visitada por todos aqueles que exigiam estar na moda "in's" e em conformidade com a mudança, a revolta, a emancipação e a extravagância que se sentia.

" BIBA foi uma das boutiques com mais sucesso na Grã- Bretanha nos anos 60. O auge da sua popularidade foi atingida em 1966 por ser uma loja com venda de desafios e peças juvenis onde a cor e o psicadelismo se juntavam, concebendo ao público uma variedade diversificada de peças arrojadas. "

(REED, 2013, p.33)



FIGURA 30. Frente da Loja BIBA na *Carnaby Street*. Modelo com um macacão da BIBA (COCHRANE, 2015, p.33)

Como anteriormente já foi referido, os média de moda adquiriam prestígio e notoriedade nunca antes registados. Foram várias as revistas de moda que se lançavam no mercado inglês. De entre elas destacou-se a revista NOVA, que registou uma popularidade arrebatadora em relação à concorrência. Esta revista feminina inovadora tornou-se um símbolo de estilo e sofisticação da década de 60. Com uma vasta difusão por entre nichos de mulheres inteligentes, que renunciavam às informações dirigidas somente à culinária e à moda. Estas clientes com maior formação académica, procuravam também artigos culturais, políticos e sexuais, que na altura apenas existiam na revista NOVA. Esta revista foi a primeira a fornecer informação tão controversa ao género feminino. Muitas das suas páginas expunham documentação provocante e *tabu* para a maioria dos meios de comunicação. A revista abordava temas sexuais, referia-se à utilização das pílulas contraceptivas e ao racismo, entre outros. Todos estes temas captavam muito a atenção das leitoras. A revista chegou a ser considerada a mais revolucionária dos *sixties*. (REED,2013,p.50)

Este período dos anos sessenta, proporcionou uma prosperidade económica para o Reino Unido. Nunca, até então, Londres se tinha destacado tanto em prestígio cultural e na moda, o que tornou a cidade com referência a nível mundial.

3.5. Síntese

De acordo com o estudo, toda a década de sessenta, com principal relevância a partir de 1964, englobou anos de significativas modificações. O período apresentou-se repleto de profundíssimas mudanças sociais, económicos, culturais e principalmente comportamentais.

As sociedades ocidentais na generalidade, modernizaram-se, libertaram-se das tradições e conveniências até então implementadas, proporcionando a todos uma multiplicidade de sentidos e estilos nunca antes vividos.

Artisticamente, houve a continuidade de alguns movimentos artísticos da década anterior, sendo a *Pop Art* o movimento mais marcante e até o mais conhecido mundialmente da década de 60. No entanto, o *Expressionismo Abstracto* e o *Minimalismo* tiveram ainda continuidade e grande aceitação na arte dos anos 70.

A moda, com o avançar da década começou a tornar-se cada vez mais extravagante, jovem e moderna. Sob os impulsos da produção de vestuário em massa, da inserção de grupos de designers de moda sindicalizados e formados a trabalhar nas marcas de pronto-a-vestir e com apresentações de coleções sazonais em desfiles, a moda começou a proliferar. Este sucesso possibilitou o acesso das tendências e modelos a todas as classes sociais. Toda as pessoas podiam ter o seu próprio estilo e uma personalidade individual.

Segundo a opinião de Teixeira, já explicitada, a Alta Costura perdia o seu encanto e procura, enquanto a produção em série ganhava vantagem por toda a parte. O descrédito da Alta-Costura começou a ser observado no final da década de 50, a partir da utilização das calças *cigarette* e dos calções. A vulgarização destas peças, por todas as classes sociais, só foi notória já nos anos 60. Mais tarde, já a meio da década, surgiram as mini-saias, com grande ênfase na moda inglesa e as peças com grandes *prints*.

“ A mini-saia torna-se assim uma saia ou um vestido cortado curto que vem exasperar a exibição de quem a usa. A liberdade das necessidades da classe média tornou-se a ilusão da liberdade nas necessidades das classes inferiores”.

(ECO,1989,p.47)

Os designers inspiravam-se no que era novo e incomum, procuravam inovar-se e renovar o mundo da moda com os estampados totais e peças de roupa personalizadas. Cada criador acabava por tentar adquirir o seu próprio estilo dentro das tendências. Eram muitas as novas modalidades e “Looks” que se podiam criar.

Com a difusão do pronto-a-vestir, houve a necessidade de criar modelos padrão, onde fosse possível fazer adaptações rápidas, diminuindo o desperdício, o tempo, a mão de obra e o preço. A o pronto-a-vestir oferecia produtos de qualidade e originalidade compatíveis com a nova sociedade liberal e consumista que vivia das aparências.

Com o avanço da década as alterações deste universo começaram a centrar-se na libertação da mulher, nos seus direitos de escolha, na luta pela modernidade e liberdade do vestir. No conjunto destas considerações, diversas fontes publicitárias transmitiram o seu apoio através de *layouts* e crónicas, sentindo a necessidade de se modernizarem. A luta da mulher não se centrava apenas na libertação doméstica, mas também na liberdade de vestir aliada ao conforto.

A moda pouco a pouco, libertou-se do desconforto e acompanhava esta nova fase. O ser elegante na altura, transmitia-se num sinal de segurança na compra e no saber optar pelo que mais lhes favorecia. Ter esta elegância exigia autodomínio um conhecimento do próprio corpo, inteligência e personalidade. Nada era proibido, a mulher era incentivada a experimentar e a diversificar o seu estilo próprio.

O padrão de elegância afirmou-se de uma forma totalmente oposta ao que era comum até então. Existia uma nova adaptação e adoção à realidade aliada a cores, formas e matérias. Todos estes fatores contribuíram para uma nova sofisticação pessoal e individual. Os anos 60 transformaram e reinventaram silhuetas corporais, matérias têxteis e designs no vestuário. As mulheres procuravam ser reconhecidas pelas suas valências e não pelos seus atributos corporais. Inicialmente nesta década adoptaram um estilo de roupa mais reto e singular, muito inspirado na primeira dama Jacqueline Kennedy. Ainda a meio da década de 60 implementaram-se por completo as linhas retas e sem forma.

No início desta década a moda apenas refletia uma pequena amostra das verdadeiras mudanças que se faziam esperar. Mas no seu decorrer geraram-se novos nichos de classificações hierárquicas que proporcionaram a significação social e individual da moda.

4. A Moda em Portugal nos anos 60

4.1 Contexto Histórico

Em Portugal nas décadas de cinquenta, de sessenta e transição para a de setenta, ocorreram transformações económicas importantíssimas e muito relevantes para a história nacional. Este foi o período em que a economia portuguesa mais cresceu, num curto espaço de tempo. Várias transformações sociais, políticas e tecnológicas contribuíram para este progresso do século XX. (SOUSA, 1995, p.613).

4.1.1. Anos 60 em Portugal

Os anos 60 foram uma década cheia de alterações políticas, sociais e financeiras no país. Com o início da guerra colonial, a mão de obra laboral, sobretudo jovem, diminuiu consideravelmente devido ao serviço militar obrigatório. Os casamentos eram adiados e a natalidade diminuiu drasticamente. Perante esta realidade as mulheres viram-se obrigadas a ir trabalhar para poderem sustentar a família.

A guerra colonial, como já foi referido, provocou efeitos devastadores na demografia, na economia, nas finanças familiares, no comércio, na diplomacia e na política. Com esta situação, a emigração passou a ser uma constante, era a fuga à guerra. Foram muitas as famílias e principalmente os jovens independentes que optaram por sair do país.

No estrangeiro, devido ao “*Boom*” económico do pós II Guerra Mundial, a mão de obra era muito bem paga. Grande parte dos países europeus estavam em evolução e reconstrução, proporcionando muitos empregos, com salários aliciantes, bem diferentes do dos portugueses. A França, a Alemanha, o Canadá ou E.U.A eram os destinos mais procurados pelos emigrantes

portugueses. Eles, nas suas visitas a Portugal, de férias, exibiam riqueza e costumes dos países onde residiam. Simultaneamente, a guerra do Ultramar, entre 1961 e 1974, conduziu milhares de jovens e algumas famílias para as diversas colónias africanas. Neste contexto, num Portugal marcado pela guerra, cresciam a imigração, a saída de adultos e jovens, a inscrição de voluntários para a faina do bacalhau e o número de exilados por discordâncias políticas e militares. Viveram-se tempos muito difíceis, mesmo de contestação.

A situação descrita provocou nas famílias rurais portuguesas um decréscimo dos rendimentos. As esposas dos soldados tiveram que recorrer a outras formas de sustento, por não poderem depender do ordenado do marido. Elas foram trabalhar ou administrar os serviços do marido, as tabernas, os comércios ou a agricultura. Até mesmo nos agregados familiares, onde existiam jovens solteiros, a receita familiar diminui por falta do contributo económico do jovem que foi cumprir o serviço militar. O contexto social português foi, nessa época, muito difícil.

“A década de 60 caracterizar-se-á por diversas manifestações de contestação ao Regime em vigor, tendo o ano de 1961 sido particularmente difícil. Um após outro, acontecimentos perturbadores da “boa ordem” sucederam-se: o capitão Galvão lidera o assalto ao Paquete *Santa Maria* atraindo a atenção internacional para a situação política portuguesa; o quartel de Beja é atacado numa tentativa de golpe de Estado frustrada. Também nesse ano, rebenta o conflito militar em Angola e na Índia, o Estado Português, Goa, Damão e Diu é ocupado pelas tropas nacionais. Em simultâneo, as comunidades académicas agitam-se, e após tumultos devido à proibição das comemorações do Dia do Estudante, Marcello Caetano, então a ocupar o cargo de Magnífico Reitor da Universidade de Lisboa, demite-se.”

(VENTURA, 2007,p.32)

Ainda nos anos 60, embora em período de guerra, Portugal aderiu à EFTA (Associação Europeia de Comercio Livre). Com esta abertura económica e

política a integração europeia foi marcada pela facilidade de comércio e deslocação entre os países.

Com toda esta interligação europeia, Portugal começou a exportar e a comercializar em grande escala. O êxito possibilitou mais empregos e poder económico familiar. As indústrias fabris/têxteis e piscatórias alcançaram lucros muito positivos e prósperos para o país. Houve uma maior procura e investimento no comércio por conta própria. Eram as famílias mais abastadas que se aventuravam na exportação e importação dos seus produtos. Foi uma época contraditória no país, por um lado o comércio crescia e vivia-se um relativo luxo nas grandes cidades portuguesas cosmopolitas e por outro lado a guerra colonial perdurava e consumia a sociedade.

Apesar de toda esta deslocação de cidadãos portugueses para o exterior, Portugal era um país modernizado na década e com uma economia próspera nas mais diversas áreas como a arte, a moda, o cinema, a arquitetura, tecnologia e o desporto. Nem a guerra do Ultramar, nem mesmo a emigração diminuíram o poder económico nas cidades mais cosmopolitas onde a guerra nem se fazia sentir.

A arte, assim como a moda, adormecida durante alguns anos, também se apoderava do terreno. Desde os anos 50 que a arte, o design e a arquitetura em Portugal começaram a ser admiradas e apreciadas de uma forma moderna.

Os anos 60 iniciaram-se com uma grande adesão à criação artística e plástica nacional, configurado assim um despontar de novos talentos e valências. Apesar de este interesse se ter notado tardiamente, Portugal exibia internacionalmente muitas competências nas mais variadas correntes artísticas, como no *Expressionismo Abstrato*, no *Minimalismo*, na *Pop Art* e na *Arte Povera*. (PEREIRA, 1995,p. 600)

Estes foram os anos mais decisivos e prósperos da arte portuguesa desde o início do século XX. A imigração influenciou diversos setores e a arte não foi

exceção. Muitos artistas recorreram a ela para poderem divulgar o seu talento. Tal situação proporcionou uma maior visibilidade da habilidade artística nacional, por toda a Europa, destacando-se internacionalmente. “ Os anos 60 iniciaram o caminho que permitira superar o entendimento da realidade cultural portuguesa” (PEREIRA, 1995,p. 603). Paula Rego foi uma das artistas que emigrou para Londres e representou Portugal por entre os grandes nomes da arte londrina. Ela amplificou a integração das mulheres num papel predominante na arte nacional. A arte portuguesa foi muito influenciada pelo que era representado na Europa e trouxe sinais de renovação. Almada Negreiros, um dos maiores pintores e artistas portugueses, começou a ver a sua arte valorizada e apreciada pelos demais. Era um dos maiores artistas residentes no país, mas muito valorizado no exterior.

Outros grandes artistas de destaque na época foram António Areal, Álvaro Lapa, Maria Helena Vieira da Silva e Joaquim Bravo. Desenvolveram uma vertente autodidata com bases literárias e surrealistas de referências éticas e estéticas. As suas obras sobressaíram através da diversidade das linhas e cores contrastantes.

A *Pop Art* criada em Londres e difundida pela América, também conquistou artistas em Portugal como Joaquim Rodrigues que foi um dos representantes desta vertente no país. (PEREIRA, 1999,p. 335)

Outros vetores artísticos relevantes em Portugal foram o cinema e a fotografia, aliados à cultura visual. Neles são desenvolvidas algumas obras de teor neo-realista, com expressões na estética dominante, na Europa e nos E.U.A (BALTAZAR, 2015,p.50). Nesta fase, salientaram-se Manoel de Oliveira (1908-2015) com o filme *Aniki Bóbo*, o cineasta Manuel Guimarães (1915-1975) com o filme *Vidas sem Rumo* e mais tarde Noronha da Costa (nascido em 1942). Este último com referências culturais germânicas, destacou-se como cineasta e arquiteto de relevo. Na fotografia, muitas vezes aliada à arte cinematográfica, notabilizou-se Fernando Lemos (nascido em 1926), entre

outros, com inspirações do *Expressionismo* destacou-se como fotógrafo artístico em Portugal.

A arquitetura em Portugal, que sempre esteve na vanguarda da tecnologia e desenvolvimento, nestas décadas, sobressaiu das demais vertentes arquitectónicas anteriores. No final dos anos cinquenta, Lisboa foi marcada pela concepção de duas grandes obras da arquitetura moderna, sendo elas a Fundação Coulousté Gulbenkian e a Igreja do Sagrado Coração de Jesus. Ambas as obras reuniram um grupo de profissionais da geração moderna de arquitetura. Foram concebidas verdadeiras obras de arte contemporânea.

No edifício da Fundação Coulousté Gulbenkian desenvolveu-se uma conciliação da monumentalidade com a civilização progressiva em simbiose com a natureza. Nesta fundação foi criado um espaço para a arte, com uma biblioteca artística, um auditório e um jardim desenhado por Ribeiro Teles (nascido em 1922). A Fundação Coulousté Gulbenkian era um edifício único, em conformidade com os tempos de mudança.

“ Um conjunto de volumes secos e racionais, subtilmente aderentes ao terreno através de embasamentos reentrantes, que chegavam a tornar o edifício como que suspenso na natureza, são submetidos a uma dominante horizontal e a uma disciplinada articulação, revelando a filosofia de contenção proposta que manifesta na cuidadosa integração da massa construída no parque envolvente sabiamente tratado”.

(PEREIRA, 1995, pp. 543;544)

Nesta mesma fase, em paralelo com a arquitetura, o design de interiores começou a ter relevância de novo, depois de alguns anos em esquecimento. Os anos 50 e 60 fizeram surgir uma moderna arquitetura doméstica e com ela um design sofisticado dos interiores.

Os portugueses mais abastados, conhecedores da modernidade, não só se preocupavam com a arquitetura da casa mas também com a decoração. Estes

dois conceitos deviam aliar-se num só e criar harmonia no lar. Essa mesma tendência acabou por levar muitos arquitetos a especializaram-se no desenho de mobiliário, que os levou mais tarde a definirem-se numa só área profissional o Design de Produto e de Interiores.

A propagação do novo design português, foi gradual mas firme e visível, ao longo dos anos 60, aumentando a produção, a importação e o comércio, assim como, os lucros e a empregabilidade.

“ Ainda na década de 60, graças à política de bolsas da Fundação Calouste Gulbenkian, uma série de bolseiros vai estudar para o Reino Unido, regressando no final da década com os primeiros designers portugueses com formação superior em Design.”

(ALMEIDA, 2015,p. 6)

Mais tarde, estes novos designers impulsionaram a criação de Escolas de Ensino Superior em Design, nascendo assim em 1969 o IADE (Instituto de Artes , Design e Empresa) e posteriormente a Ar.Co, Centro de Arte e Comunicação Visual. Consequentemente, multiplicaram-se os cursos em Design, nas mais diversas vertentes, como já era visível na restante Europa e com especial destaque na cidade de Londres.

Em Portugal nomeadamente em Lisboa e Porto, existiam ateliês de arte, boutiques e lojas de vestuário com tendências londrinas e parisienses. As mulheres, homens e jovens de ambos os sexos puderam ter acesso à moda, à arte e à modernidade dos maiores centros urbanos. Todos gostavam de ser considerados modernos e seguir as tendências.

“A moda em Portugal continuou a acompanhar as mudanças sob a influência dos ditames dos costureiros parisienses independentemente da situação politico-social interna. As rupturas políticas que decorreram em Portugal, que marcaram alterações

significativas a nível interno, coincidiram com as mudanças que estavam a decorrer com a moda a nível internacional.”

(CARDIM, 2014,p.38)

Nos anos 60, Portugal foi marcado por uma forte repressão política e respetivas reações, que não afetaram a economia consumista e o setor da moda. O setor têxtil continuou a propagar-se nos meios sociais femininos e a divulgar-se por entre as classes sociais mais abastadas. Em consequência e na extensão da revolta feminista mundial, a mulher em Portugal também, começou a ter mais participação política, em busca de uma maior amplitude nos seus direitos e na transformação social. Ela lutava pelos direitos de igualdade, financeiros e distinção na sociedade. (CARDIM, 2014,pp.39)

O nosso país começava a evidenciar os primeiros sinais de descontentamento perante os vários anos de opressão e ditadura. Na década de 60, “de vez em quando surgiam umas obscuras organizações da Juventude Nacionalista que faziam sair uns manifestos incendiados, mas que se fanavam sem deixar rasto” (VICENTE,1992,p.143). Segundo o embaixador espanhol, que tinha uma visão exterior dos acontecimentos nacionais, este grupo expunha o seu programa contra o comunismo e a favor da causa monárquica. Tal ocorrência ditava a saturação do regime. Esse descontentamento era visível nas diversas frentes políticas tanto de esquerda como da direita.

Ao longo de todo o seu mandato em Portugal, o embaixador espanhol, Ibáñez- Martín, relatava por escrito para Madrid, todos os acontecimentos que decorriam durante o Estado Novo. Nesta sequência o mesmo revelava o quadro da situação dos trabalhos portugueses, informando os seus ministros que a emigração em Portugal era massiva em direção à Europa desenvolvida. (VICENTE,1992,p.145)

Portugal estava numa fase de saturação, de luta política contra um regime totalitário prolongado e retrógrado. Eram muitos os portugueses que preferiam emigrar em vez de servirem o país no Ultramar a mandado do Estado. Com tal descontentamento aumentava a debandada de habitantes, situação que impulsionou as várias manifestações e tentativas de golpes de estado, muitas delas falhadas e abafadas nos meios de comunicação.

Estes acontecimentos lesaram as mulheres portuguesas, afastando-as da política e da administração do país. Através da evolução das suas mentalidades e saturadas da submissão, sentiram a necessidade de se afirmarem e começarem a lutar pelos seus direitos, assim como as restantes europeias e norte americanas.

4.2. A mulher em Portugal

A mulher dos anos 60 em Portugal estava inserida no regime político do Estado Novo, um regime totalitário, que pode ter limitado ou até estimulado o seu interesse pela moda e mundo moderno. A mulher portuguesa do século XX foi desenhada não só pela situação político do país, como pela educação parental que muitas das vezes era extremamente preconceituosa e retrógrada.

A educação da mulher orientava-se no sentido da virtude, de ser uma boa mãe, uma boa esposa e uma excelente dona de casa. Ela deveria pautar-se pelos valores culturais e educacionais da família, fazer a gestão económica e decorativa do seu lar. Como tal, uma vez que em grande parte o sustento da casa era apenas do marido, a mulher devia-lhe obediência, submissão e respeito. Na generalidade não tinha opinião nas decisões tomadas pelo marido, pois ele tinha sempre a palavra final. Esta educação feminina era transmitida de geração em geração e incontestável o que proporcionou motivos à mulher jovem para uma mudança de mentalidades. (GUIMARÃES, 2008,p. 139)

“ A ideologia do regime português colocava a mulher num plano à parte. A mulher era sinónimo de esposa, necessariamente fiel, de mãe de família, criadora e educadora da prole, governanta do mundo doméstico, digna de respeito e consideração, símbolo de abnegação, sacrifício e dedicação; de virtude, em suma, precisamente porque era mulher. Não tinha identidade própria. Enquanto jovem e enquanto aguardava o casamento, tinha preceitos e um ideal a cumprir (...). Do ponto de vista jurídico, a mulher, sobretudo a mulher casada, era objeto de diferenciação, já que a própria ideia de discriminação não é compreensível no contexto das mentalidades da época. Assim, a mulher era objeto de determinadas exceções, e novamente e precisamente porque era mulher (...).”

(VICENTE, 1992,p198)

Muitas das novas mulheres do século XX começaram a lutar pelos seus direitos, poderes e igualdades similares aos dos homens. Esta emancipação, que inicialmente era apenas idealizada por mulheres, tornou-se cada vez mais apoiada tanto pelos pais e familiares como por todos os membros masculinos mais cultos e instruídos, não obstante o estado defender que a mulher se devia dedicar exclusivamente à casa e à família para constituir um seio familiar feliz e harmonioso. A realidade portuguesa era já uma constante por todos os países da Europa e da América do Norte. Todavia as portuguesas, assim como as outras mulheres modernas, não queriam ficar na sombra, queriam mostrar os seus valores e habilidades laborais.

“(...) Na Europa francesa vivem-se tempos de agitação social com greves e resistência interna, acontecimentos que ficarão conhecidos como Maio de 1968 e durante os quais se ouvem as máximas da Revolução Francesa. Exigem-se direitos iguais: para todos e todas. ”

(VENTURA, 2007,p. 33)

“Ao longo dos anos o próprio estado político português começou a aperceber-se da importância das mulheres e dos seus valores para a sociedade. Durante a presidência do Estado Novo, surgiram diversas instituições de apoio à mulher e a toda a sociedade feminina. Ainda nos anos 30 fundou-se na presidência de Salazar a (OMEN), Obra das Mães para a Educação Nacional e a (MPF) Mocidade Portuguesa Feminina. Estas duas organizações estatais mostraram a necessidade e a preocupação que o estado começava a ter perante a mulher, existia a necessidade de reeducar as mulheres adultas, as crianças e as jovens. O governo despertou para a evolução feminina. Fora das polícias e do governo formaram-se outras fundações de apoio à mulher como o Movimento Nacional Feminino e a Secção Auxiliar Feminina da Cruz Vermelha Portuguesa.”

(PIMENTEL, 200, p.9)

Com o decorrer dos anos, entre as décadas de 40, 50 e 60, o Estado apercebeu-se da importância de apoiar as mulheres e dar-lhes as mesmas oportunidades que eram fornecidas aos homens. As mulheres conseguiram exercer profissões que antes eram mais masculinas, adquiriram habitações académicas e o direito a votar. Até então, sempre tinham sido distintas as posições de ambos os géneros da sociedade.

Em consequência, aumentou a percepção das diferenças entre géneros, não meramente as diferenças entre homens e mulheres, que não são só biológicas, mas sociais e culturais. Era necessário perceber e auxiliar a posição feminina perante esta realidade. No seio familiar, a mulher, era a moderadora e a educadora dos filhos. Era ela quem permanecia mais tempo no lar e que lidava com os filhos a tempo inteiro ditando a moral. No Estado Novo a mulher foi valorizada pela sua dedicação e cuidado familiar.

"Quanto à "massa" das mulheres, mesmo se subalternizadas em relação aos maridos, teriam sido, segundo as autoras, valorizadas pelo regime, que as considerou as "sustentáculos da nação", através da maternidade, e as responsabilizou pela "salvaguarda moral" das famílias e pela "renovação da raça".

(PIMENTEL, 200, p.15)

Mais tarde, em 1967, para benefício da mulher, surgiu o Código Civil que dissipou as leis impostas pelo Código de Seabra implementado desde 1867. O Código de Seabra impunha à mulher uma submissão total ao marido, que deveria acompanhá-lo a todo o lado. Com o novo código de 1967, a mulher podia adquirir bens em seu nome, já não era obrigada a acompanhar sempre o marido, mas continuava obrigada à submissão da lida doméstica, mesmo que tivesse um emprego.

"(...) A legislação define o esposo como o "*chefe da família*", conferindo a exclusividade da representatividade e decisões de "*todos os actos da vida conjugal*" ao elemento masculino do agregado. É também por letra de lei que o "*governo doméstico*" compete à "esposa"(...)".

(VENTURA,2007,p.37)

O trabalho feminino fabril, fora do meio doméstico e independente de grau académico, foi uma das maiores preocupações do Estado e de todas as organizações femininas nos anos 60. Pretendia-se possibilitar às mulheres maiores salários. Assim a mulher já podia ser mais independente e exercer algo que as satisfizesse. No entanto, algumas profissões proibiam a mulher de se casar, ou tinham que pedir autorização ao Estado para o fazer, como era o caso das professoras e das hospedeiras de bordo.

No final da década, com a implementação do Código Civil, a mulher já não necessitava do consentimento do marido para exercer profissões laborais ou funções públicas ou até mesmo dispor de propriedade intelectual. No ano seguinte, em 1968, durante a governação de Marcelo Caetano (1906-1980) , o direito ao voto alargou-se a todas as mulheres. Anteriormente o poder de voto era apenas permitido às mulheres casadas, com mais de 21 anos e que tivessem frequentado o ensino superior.

Nesta época, também se debateu a prática de atividade física pelas mulheres e a militarização. No entanto, apenas a atividade física se implementou no quotidiano das mulheres. Reconheceram-se-lhes apreciáveis benefícios motores e respiratórios num estado de saúde de melhor qualidade. Em consequência tanto os homens como as mulheres começaram a dar importância e a querer fazer exercício físico. Nos colégios femininos e masculinos a prática desportiva começou a fazer parte do plano curricular.

“(...) Finalmente, a atenção dedicada às atividades físicas de carácter específico ou dominante feminino como a economia doméstica representava outro sintoma do mesmo empenho em acudir a uma necessidade urgente do tempo, marcado pelos preconceitos de igualitarismo feminista”.

(PIMENTEL, 200, p.293).

No início desta década de 60, a obrigatoriedade escolar feminina já estava implementada. As meninas, além das disciplinas obrigatórias comuns, deviam ainda frequentar disciplinas de atividade física e de enfermagem. Depois mais tarde, no ensino complementar deviam ter culinária, costura e puericultura. A obrigatoriedade do prolongamento escolar só foi possível com o apoio da Mocidade Portuguesa Feminina (MPF). (PIMENTEL, 200, p.294).

Com o avanço destas transformações, as mulheres começaram a estar mais despertas para o conhecimento e mais interessadas na inovação. Nos colégios

de meninas e liceus existiam ainda disciplinas onde se exercia costura mais avançada e normas de etiqueta. Era obrigatório aprender a “saber estar” e a comportarem-se adequadamente para as mais diversas ocasiões. Em todos estes colégios e Liceus era obrigatório o uso de batas ou uniformes, era uma norma que visava diminuir a discriminação social e a presença de vestuário impróprio nos estabelecimentos de ensino.

As jovens mulheres com estas aprendizagens, principalmente na costura, acabavam por colocar em prática estes conhecimentos e confeccionavam as próprias peças de roupa uma vez que monetariamente, grande parte, não tinham acesso ao pouco pronto-a-vestir que existia e com um preço elevado. Todos estes ensinamentos aprendidos nos institutos educacionais femininos, provinham da autoria da Mocidade Portuguesa Feminina (MPF). Uma vez que a MPF pertencia ao Estado, ela actuava no campo social feminino com bastante fervor. A Mocidade Portuguesa Feminina formava as jovens para se tornarem futuras esposas, que soubessem cozinhar, costurar, gerir o trabalho doméstico e culturalmente letradas para que pudessem acompanhar o futuro marido da mesma classe social, promovendo o elitismo. (PIMENTEL, 200, p. 349).

“ (...) admitiram o acesso das raparigas ao ensino secundário, era exactamente para que ficassem , no seu natural futuro de esposas e mães, mais agarradas ao lar, pois podiam ser, desse modo, melhores educadoras dos seus filhos. (...) a principal missão do liceu é criar mulheres instruídas e ilustres suficientemente para poderem sem humilhação do seu próprio espírito, comparecer na sociedade culta, conviver com as pessoas ilustradas, ensinar os seus filhos, fazer a escrituração da sua casa ou a do comércio dos seus, compreender os livros e a conversação dos principais idiomas da Europa (...).”

(CARVALHO, 1986, pp.645; 646)

Por isso, as mulheres, embora já instruídas, continuavam a ser configuradas para boas donas de casa e mulheres dedicadas ao marido e ao lar. Esta norma era-lhes incutida desde crianças. Enquanto que os meninos brincavam e saíam uns com os outros, as meninas deviam manter-se no lar, ajudar a mãe nas tarefas domésticas e só depois podiam brincar. Elas nem refletiam se era ou não correto, eram-lhes impostas tais crenças e se não as seguissem eram consideradas rebeldes.

A sociedade portuguesa durante o período em causa, era levada a acreditar nesse mesmo determinismo biológico. Mas com o avanço do ensino obrigatório muitas jovens acabavam por prosseguir com os estudos e adiar a vida familiar. Serem mães continuava a ser uma vontade, mas que podia ser adiada. Era importante lutar pelos sonhos e seguir com a realização profissional primeiramente. (VENTURA, 2007,p.25)

As mulheres portuguesas passaram a ser mais letradas, muitas delas optavam por seguir carreiras no ensino primário, outras na enfermagem e ainda algumas seguiram direito, advocacia e até medicina. Elas queriam ser cada vez mais independentes do marido, queriam provar a sua própria subsistência e uma carreira profissional ativa, o que acabava por adiar os casamentos e as gravidezes. As mulheres queriam na mesma ser mães e casar, mas acabavam por adiar esses compromissos em prol de uma vida mais independente.

" Em 1960, a frequência liceal era já maioritariamente feminina ao mesmo tempo que o número de jovens que procuravam o ensino técnico não deixou de diminuir, dado que as profissões 'femininas' para as quais ele formava foram sendo cada vez menos atrativas, consideradas de baixo estatuto e pouco remuneradas. Mesmo as jovens das classes mais baixas começavam a frequentar de forma crescente os liceus, acompanhando, aliás, a mobilidade social geral que começou a fazer-se sentir na sociedade portuguesa. "

(PIMENTEL, 200, p.404).

No entanto a mulher, mesmo depois de muitas regalias e benesses fornecidas durante o Estado Novo, continuava submissa e muito limitada na sua liberdade. Ela estava ainda muito confinada à imagem tradicional concebida pelos pais. Eram poucas as mulheres que se aventuravam a ter uma maior independência no seio familiar.

Mesmo depois do estado possibilitar uma maior liberdade às mulheres, elas continuavam manipuladas e muito dependentes por parte de alguns maridos. Como não se sentiam totalmente livres, tentavam escolher maridos mais cultos, letrados, compreensivos, tolerantes, que lhes facilitassem e respeitassem as suas decisões num mundo laboral e livre. Eram cada vez mais os maridos que aceitavam essas exigências e queriam acompanhar esta luta pela igualdade de direitos. Mas alguns, os homens que viviam em meios mais rurais, não percebiam esta necessidade e continuavam a ter atitudes sexistas perante as suas esposas e até desdenhavam da atitude dos outros que admitiam as pretensões femininas.

As realidades vividas pelas mulheres e jovens dos anos 60 em Portugal, eram totalmente distintas umas das outras consoante a sua região e localidade, ensino e poder económico. A realidade vivida nos centros urbanos como Lisboa, Coimbra, Aveiro, Porto e outras cidades, em geral, habitados por pessoas mais letradas e com posses totalmente diferentes, distinguiram-se das zonas rurais mais desfavorecidas tanto no Norte como no Sul e interior do país.

O acesso à modernidade, às novas ideologias e à moda entre os meios urbanos ou rurais eram peculiarmente inconfundíveis. Nas cidades a variedade e a diversificação de meios e cultura eram muito diferenciadas em relação à realidade rural, que era muito escassa e com discrepância, em especial no mundo na moda.

Limitados apareciam também os direitos cívicos. O direito de voto só era permitido às mulheres letradas. O trabalho estava sujeito à autorização do marido bem como o divórcio que obedecia a alguns condicionalismo.

4.3. A percepção da moda em Portugal

A moda em Portugal nos anos 60, apesar do regime totalitário, seguia todas as tendências mundiais e europeias. As revistas e a televisão mostravam muito do que se usava fora e do que era novo. As mulheres, na generalidade, através desses conhecimentos sentiam-se fartas da opressão e optaram por uma maior adesão à utilização de vestuário moderno.

As revistas portuguesas *Crónica Feminina* e a *Modas e Bordados*, muito influenciadas pelo Estado, filtradas no assunto e nas abordagens, centravam os conteúdos na temática “mulher doméstica” e “boa mãe”. Estas revistas acessíveis a grande parte da sociedade feminina, foram durante muito tempo as principais referências das tendências e moda em Portugal. Elas ilustravam as peças chave de cada estação e muitas das vezes forneciam moldes para que as leitoras as pudessem utilizar na confeção. Nos meios mais pequenos como as cidades do interior, estas revistas tinham uma enorme procura. Na ausência de lojas de pronto-a-vestir, ou lugares onde consultar a moda, elas eram o farol de orientação da moda feminina.

“(…), as revistas femininas, qualquer que seja o grupo social a que se destinam, representam um processo de valorização cultural que sofre obrigatoriamente, a influência das ideologias dominantes e das conjuntas político-económicas das sociedades em que se enquadram.”

(GUIMARÃES, 2008,p.7)

No exemplo da revista *Modas & Bordados: Vida Feminina* (Figura 31 e 32), autorizada pelo Estado, as temáticas centravam-se enfaticamente na “Vida Feminina” em desfavor do contexto das “Modas”. Todavia influenciava as mulheres a terem um comportamento exemplar no meio doméstico e não propriamente à atualização da moda que era o vocábulo inicial do título da revista. Existia uma pressão muito forte por parte do Estado, sobre como a mulher se deveria comportar e ser exemplar dona de casa. Apesar de existirem rubricas destinadas apenas à moda, sobressaía a importância das mulheres se manterem ao agrado do marido, utilizando assim as tendências mais soberanas e adequadas às suas condições de mães e comunicadoras da tradição e bons costumes sociais. (GUIMARÃES, 2008,p.8)



FIGURA 31 e FIGURA 32. Capas da revista *Modas & Bordados*, 1968 (esquerda) e 1969 (direita). (STICHELMAN; TEIXEIRA, 2011, p.30)

Estas revistas incitavam a mulher a instruir-se culturalmente através da recomendação de livros, visualização de filmes e teatros, embora as leituras recomendadas se centrassem muito nos romances, poesia e educação, que eram considerados os géneros literários mais adequados à mulher. As revistas pretendiam promover nas leitoras valores morais e educacionais. (GUIMARÃES, 2008,p.77)

4.3.1 Inquéritos realizados em Portugal

No âmbito da investigação e desta rubrica para uma melhor perceção e conhecimento da época dos anos sessenta em Portugal, recorreu-se a testemunhos vivos através de inquéritos a senhoras que viviam em cidades no interior do país, Beja e Chaves e a outras dos grandes centros urbanos, Lisboa e Porto.

Procuraram-se senhoras, que na atualidade se encontrassem com idades entre os 60 e os 75 anos e com alguma literacia. Senhoras que na década de 60 tivessem sido adolescentes ou jovens, em virtude de obter um melhor conhecimento da moda em Portugal, uma vez que essa informação em documentos publicados é muito escassa.

Optou-se por recorrer aos inquéritos porque as entrevistas seriam mais intimistas e as senhoras não mostravam dispostas a tal, era-lhes mais conveniente através deste método aplicado.

Os inquéritos foram compostos por 10 questões, entre elas a idade, a profissão que exerce ou exerceu, a perceção da moda em Portugal na década de sessenta, a sua adesão a essa mesma moda moderna, de que forma a sua família aceitou a modernidade, entre outras.

A obtenção de tais testemunhos foi difícil uma vez que as pessoas não se mostravam muito receptivas em colaborar com explicações e conhecimento. Os inquéritos em Lisboa e no Porto foram obtidos através da abordagens em cafés, inclusive foi realizada uma deslocação propositada ao Porto para esse mesmo fim. Em Beja e em Chaves foi feita uma distribuição a amigas de parentes. Dos 10 inquéritos desenvolvidos para cada cidade, apenas 4, 5 ou 6 foram devolvidos e respondidos adequadamente, alguns foram entregues incompletos outros nem entregues foram.

As pessoas inquiridas de Chaves e Beja referem que era essencial consultar as revistas *Modas & Bordados* e a *Crónica Feminina*, para se manterem informadas. Verificaram mais tarde, que com o aparecimento das revistas de moda internacionais nos grandes centros, as revistas mencionadas acabaram por ficar aquém das da moda internacional, uma vez que a *Modas & Bordados* e a *Crónica Feminina*, eram fiscalizadas pelo regime político.

No interior do país, como Chaves e Beja, viviam -se tempos de mudança como no resto de Portugal. Mas nestas cidades do interior transmontano e alentejano, a moda propagava-se de uma forma mais lenta e suave em relação às grandes cidades cosmopolitas.

As senhoras inquiridas residentes em Beja referem que sempre acompanharam a moda, gostavam de utilizar as peças que se encontravam em voga. Na altura, na cidade de Beja, por exemplo, não existia pronto-a-vestir. Por essa mesma razão recorriam às costureiras ou modistas para confeccionarem as peças desejadas. Por sua vez, algumas senhoras confeccionavam-nas elas próprias. Quase todas as senhoras inquiridas em Beja, tinham na família ou conheciam alguém próximo que se dedicasse à confecção de vestuário. Todas elas, jovens entre os 16 e os 22 anos, na altura, aderiram às mini-saias e às calças, apesar das calças serem as prediletas, por serem confortáveis, práticas e muito cómodas em todas as circunstâncias.

As senhoras tentavam estar sempre na vanguarda da moda. Algumas consideram que Portugal sempre esteve em conformidade com o que era utilizado na Europa ou na América, pois através da televisão e do cinema apercebiam-se do que era utilizado fora. Outras, acreditavam que devido à posição do Estado Novo, o país estava atrasado, " (...) Portugal estava longe de acompanhar a moda dos outros países" (INQUÉRITO N°2, BEJA) , " (...) Portugal não estava atualizado em relação a outros países" (INQUÉRITO N°3, BEJA).

Mas todo este entusiasmo no vestuário e nesta nova fase mais livre e despreocupada por parte da mulher, não era apreciada por grande parte das classes mais conservadoras alentejanas. Muitas das jovens que utilizavam estas novas peças, sentiam nos seus familiares algum desagrado.

A utilização da mini-saia, das calças ou até da maquilhagem extravagante incomodava as mentalidades mais retrógradas. Uma das senhoras inquiridas diz mesmo “Houve entraves, naturalmente, advindos das mentalidades conservadoras da sociedade, nessa época. É preciso alguém mais inovador e que dê o primeiro passo”(INQUÉRITO Nº5, BEJA). Uma outra senhora inquirida, diz que existiram mais obstáculos na utilização das calças do que propriamente na mini-saia.(INQUÉRITO Nº4, BEJA).

Uma professora de ensino básico diz “Entraves não diria, mas grandes críticas e até algumas repressões da parte da Igreja com as mini-saias (...)” (INQUÉRITO Nº2, BEJA). Nestes meios mais conservadores do interior, onde a moda não era tão seguida, existia um certo ceticismo em relação a quem se queria modernizar.

Algumas das senhoras inquiridas, lembram que em Portugal, especialmente nas cidades do interior existia falta de gosto próprio. Muitas mulheres no Alentejo não se interessavam por moda e desdenhavam de quem a seguia. Na generalidade, as mulheres alentejanas de classes inferiores utilizavam roupas extremamente desatualizadas, como os trajes da ceifa. Apesar de muitas se dedicarem à agricultura e não tentarem lutar por outro tipo de vida, limitavam-se a uma realidade sem ambição. Estas senhoras que não se modernizavam eram quem criticava as jovens que lutavam por uma mudança e procuravam um novo visual.

Mas mesmo assim, eram muitas as jovens e senhoras que queriam estar na vanguarda e readaptavam as próprias peças. Encurtavam as saias, faziam calções a partir de calças e adaptavam as peças antigas à modernidade. Mas a

sociedade mais inculta e provinciana não aceitava as peças curtas, especialmente as calças. “Represálias familiares não sentia, mas sociais sim. Nos meios mais rurais as pessoas ficavam escandalizadas com o uso das calças” (IMQUERITO N°3, BEJA).

As senhoras inquiridas, no Alentejo, estudaram em Lisboa ou deslocavam-se com frequência à capital na década de 60, o que lhes facilitava a atualização do guarda-roupa. Com dificuldade de acesso ao pronto-a-vestir, que não era acessível a todas, acabavam por comprar os tecidos “tendência” em Lisboa, com padrões, estampas coloridas e cromáticas e depois confeccionavam peças únicas.

Esta mudança de mentalidades que se fazia evidenciar tanto nos meios mais rurais como nos cosmopolitas era global. As jovens dos anos 50 tinham iniciado esta “revolta” e proporcionaram uma continuidade nos anos 60. Essa realidade, foi muito notória em Portugal, mesmo sob um regime político austero. Os jovens, no geral, por todo o país, começaram a ultrapassar as “barreiras” impostas e a renegarem os costumes e éticas familiares, sinal da mudança das mentalidades. As famílias acabaram por terem de acompanhar e aceitar esta nova geração de jovens. Eles facilitaram o caminho aos demais. (INQUÉRITO N°3; N°2; N°5 BEJA).

De acordo com os inquéritos, foi possível perceber que a realidade vivida na cidade de Chaves era semelhante à da cidade de Beja. A maioria das senhoras desta cidade do interior nordeste transmontano, declarou que os modelos de roupa e *designs* apresentados na cidade eram atrasados e não correspondiam ao que era utilizado nas cidades portuguesas mais desenvolvidas e nos restantes países europeus. Consideravam que a moda em Chaves era retraída. “ (...) quando novas modas chagavam a Portugal, já noutros países, exista há algum tempo” (INQUÉRITO N°1, CHAVES). Uma senhora, empregada de escritório disse que a moda “Aqui numa cidade de província era difícil” mas

em relação às grandes cidades Portugal estava atualizado. (INQUÉRITO N°2, CHAVES).

No entanto, de acordo com as inquiridas, houve quem considerasse que Portugal já começava a atualizar-se, “Portugal começava a despertar para a moda universal, pois as pessoas viam mais televisão, emigravam e viajavam, observando o que se utilizava fora. Assim havia a tendência de copiar as modas de outros locais, por exemplo, de França e outras localidades. A moda tornou-se universal e cá houve o cuidado de copiar o belo e atrativo” (INQUÉRITO N°4, CHAVES). “(...) Em Portugal só uma percentagem ínfima estava a utilizar a moda, sobre tudo a francesa”. (INQUÉRITO N°6, CHAVES).

Todas estas senhoras, residentes no interior transmontano, compravam as revistas de moda e tentavam atualizar-se o mais possível através das mesmas. Tinham a preocupação de passar pelos quiosques com regularidade e procurar se já havia novas revistas à venda. “ Habitualmente comprava, tinha acesso a revistas de moda como por exemplo *Modas & Bordados; Cruzeiro; Burda; ELLE; Femme et Travaux; Rakan*” (INQUÉRITO N°6, CHAVES); “Sempre que ia ao quiosque eu via novas modas (...)” (INQUÉRITO N°1, CHAVES).

Relativamente à aceitação aos novos vestuários na sociedade do nordeste transmontano, em Chaves, a grande maioria considerava que havia muito preconceito. Não se aceitavam as vestes modernas. As mentalidades continuavam muito agarradas ao passado, eram conservadoras. Algumas das senhoras acreditam que muitas dessas restrições, relativamente ao vestuário, se desenvolviam a partir da igreja católica, à ideia do conservadorismo, divulgada pela religião que incutia à mulher o seu resguardo próprio. “ Havia muita dificuldade baseada no preconceito de pessoas mais idosas, muito ligadas à religião” (INQUÉRITO N°5, CHAVES); “ A sociedade não aderiu, principalmente a igreja” (INQUÉRITO N°1, CHAVES); “A sociedade aderiu mal, as mulheres modernas eram mal vistas” (INQUÉRITO N°1, CHAVES).

Houve também quem acreditasse que as mentalidades estavam a modernizar-se e a aceitação de roupas mais arrojadas começava a surgir pouco a pouco. "A moda foi evoluindo e já se viam figuras atrevidas com airosos decotes e saias bem curtas a contrastar com o normal comprido e tudo bem *tapadinho*" (INQUÉRITO Nº4, CHAVES).

Muitas destas senhoras, por sua vez letradas e com cursos superiores, sendo elas professoras, secretárias, administrativas, ou até fabris, dizem ter sentido vários entraves na inserção de algumas peças deste vestuário mais revolucionário, como por exemplo a mini-saia e as calças, tendo em conta a imoralidade a elas associada. " A mini-saia foi uma revolução, que teve as suas críticas. As calças apesar de vistas com preconceito iam aparecendo. Eu só aderi à moda talvez depois do 25 de Abril" (INQUÉRITO Nº4, CHAVES); "Notei muitíssimos entraves a esse vestuário" (INQUÉRITO Nº2, CHAVES) " (...) por experiência própria, sei que as calças não eram permitidas nas faculdades, por exemplo. " (INQUÉRITO Nº6, CHAVES); "houve comentários bastante duros na sociedade, baseados na imoralidade, provocação e na voz do povo." (INQUÉRITO Nº5, CHAVES).

No entanto, mesmo com tantas controvérsias e má aceitação deste vestuário moderno, foram muitas as inquiridas, jovens na altura, que afirmaram ter aderido a todas as modas. Muitas delas gostavam de se modernizar e acompanhar as tendências. " Eu com 16 anos usava calças e saias já um pouco curtas. Gostava de andar sempre atualizada"(INQUÉRITO Nº1, CHAVES); "Adorava moda e gostava mesmo de desenhar a minha roupa" (INQUÉRITO Nº6, CHAVES); " (...) aderi a essas mudanças, usando-as com muito cuidado nos locais que frequentava"(INQUÉRITO Nº5, CHAVES).

FIGURA 33. Casamento de uma das inquiridas na cidade de Chaves. A senhora utilizou um vestido de noiva pelo joelho , 1966



Mas eram muitas as famílias que desaprovavam, assim como a sociedade mais conservadora que adquiriam uma postura de repulsa perante as modas mais ousadas. “Por vezes os meus pais achavam que as modas eram ousadas de mais” (INQUÉRITO N°1, CHAVES).

No entanto havia também famílias que não se opunham e até apoiavam a modernização. Uma das inquiridas disse mesmo que era muito independente nas suas opções, vestiu-se sempre como gostava, era vaidosa apesar de não gostar de dar nas vistas. Disse que se adaptou rapidamente às calças, mas não gostava de utilizar decotes ou mini-saias. Sempre gostou de se arranjar e acompanhar a moda, mas preferiu sempre as calças até então. (INQUÉRITO N°4, CHAVES).

As senhoras sabiam que naquele meio mais individualizado do interior, a realidade vivida era distinta da das grandes cidades como Lisboa e Porto, que eram mais atualizadas. A grande parte das senhoras ia com frequência ao Porto ou mesmo até Lisboa. Gostavam de se atualizar e vivenciar uma realidade mais cosmopolita.

Estas mulheres, em grande parte, acreditavam que os jovens dos anos 50 ao renegarem alguns dos costumes e éticas familiares contribuíram para a mudança das gerações seguintes, acabando por difundir as novas ideologias e crenças liberais. Contudo elas mencionam os anticoncepcionais como decisivos para a alteração da moda e a emancipação sexual feminina “ A moda foi mais uma manifestação da onda da revolução sexual” (INQUÉRITO N°6, CHAVES).

Nas cidades mais desenvolvidas como Lisboa e Porto, as inquiridas afirmaram que esses entraves por parte da sociedade não eram tão notórios, já que as montras das casas de pronto-a-vestir, das boutiques e os cartazes publicitários, mostravam esta nova tendência e apelavam à sua utilização. “ Nunca senti represálias por utilizar roupa mais actual daquele tempo. Tinha na família pessoas ligadas à moda e que também eram modernizadas” (INQUÉRITO N°1, LISBOA). Em Lisboa a utilização de vestuário mais moderno era natural, todas as raparigas gostavam de exibir a sua modernidade e acabavam por mobilizar as mães também.

Apesar da liberdade de expressão se encontrar limitada, a moda e a liberdade na maneira de vestir era notória. Retirando as pessoas mais antiquadas, eram muitas as jovens que se vestiam como gostavam independente dos pais ou dos familiares não aceitarem. Elas já não desejavam ser como as mães, queriam ser apenas elas próprias e utilizar o que lhes agradava e estava em voga.

A senhora do inquérito n°1 de Lisboa acrescenta “ (...) Frequentei todas as discotecas de Lisboa, Cascais e Estoril. Existia uma discrepância social muito grande, e os jovens tentavam pouco a pouco enfraquece-la. Na minha família as mulheres eram todas emancipadas e faziam o que entendiam, isso nunca teria sido possível se anteriormente não tivesse havido uma luta global por essa causa.” (INQUÉRITO N°1, LISBOA).

Uma outra inquirida, professora em Lisboa, diz que na sua juventude comprava as revistas *Figurina* e a *ELLE*. A *ELLE* foi a primeira revista internacional a ser comercializada em Portugal, assim como a *Burda* de origem alemã. A mesma senhora cita que Portugal se encontrava em conformidade com a Inglaterra relativamente à moda. “ (...) estranhamente, a moda parisiense, na década de 60, foi ultrapassada pela moda londrina. O poder de compra da classe média alta era muito bom, o que possibilitava a acessibilidade à moda.” (INQUÉRITO Nº2, LISBOA).

Na generalidade, as senhoras de Lisboa acreditam que na época de 60, Portugal aderiu muito bem à moda. Reconhecem que as lojas de pronto-a-vestir apareceram tardiamente, sem que constituíssem obstáculo à deslocação, a Londres, das famílias mais endinheiradas para realizarem as suas compras sobre as tendências mais em voga no país. Quem não podia deslocar-se acabava por comprar nas poucas boutiques que já existiam ou recorriam a modistas que utilizassem esses modelos.

A grande maioria das senhoras aderiu a todas as tendências e aos cortes mais masculinos. A utilização das calças era a mais regular, mas numa generalidade todas utilizaram mini-saias ou calças. Relativamente às calças consideram-nas muito confortáveis e práticas o que lhes possibilitava uma mobilidade e deslocação sem preocupação. As inquiridas afirmam que nas suas famílias não houve qualquer entrave à utilização das mesmas. Tanto os pais com os maridos aprovavam-nas.

A sociedade de Lisboa aceitava muito bem estas novas práticas de vestir. Era um meio muito livre e elegante. Na baixa de Lisboa era possível ver senhoras muito elegantes a utilizar estes modelos mais arrojados. As classes altas iam com regularidade à boutique mais conhecida e mediática em Portugal, a “LOJA DAS MEIAS”, onde eram vendidos os modelos internacionais de grandes ateliês de alta-costura e de pronto-a-vestir de luxo. Eram vendidas marcas muito conceituadas e muito prestigiadas.

No Porto, assim como em Lisboa, a grande parte das inquiridas referiu que não existiu qualquer imoralidade associada à utilização de vestuário moderno. O facto de serem muitos os habitantes a utilizar esse vestuário já não se considerava incorreto. Referem que existia o cuidado de não utilizar essas peças quando se ia à missa ou a alguma cerimónia religiosa, porque no Norte, era muito mal conotada a sua utilização por parte da Igreja Católica.

Nas cidades mais industrializadas a acessibilidade à atualidade era muito mais facilitada. As senhoras e meninas tinham uma maior noção do que era importante comprar. Elas sabiam que revistas como a “Crónica Feminina” e a “Modas & Bordados” não eram as melhores relativamente à moda. Eram revistas mais comerciais e pouco cultas e atualizadas relativamente ao que era elegante e utilizado no exterior. Nas cidades industrializadas compravam-se as ELLE e a Burda, revistas internacionais. Nos meios rurais comprava-se a Crónica Feminina ou outras similares, que eram revistas pouco instrutivas. Até nessa pequena questão as mulheres citadinas de Lisboa ou Porto e outras cidades desenvolvidas estavam mais despertas para cultura e moda.

Em Lisboa, como na cidade invicta, existiam poucas boutiques ou lojas de pronto-a-vestir, por isso predominava o comércio local com a venda de tecidos. Os tecidos mais procurados eram aqueles inspirados nas tendências estrangeiras, onde existiam cores vibrantes e estampas artísticas. Nestas cidades havia grande procura de tecidos com estas características, indispensáveis para acompanhar as tendências.

No Porto, existiam classes abastadas, que acabavam por preocupar-se bastante com a atualização no vestuário. Estas classes impulsionaram a expansão da moda com arrojado vestuário, independentemente do que a sociedade poderia apontar e assim se caminhava para uma revolução do mesmo. (INQUÉRITO N°1, PORTO).

Em Portugal a moda chegou um pouco mais tarde do que ao resto da Europa, devido ao governo estritamente conservador. Eram muitas as jovens que arriscavam na indumentária. Postos de lado os uniformes ou as batas que utilizavam nos colégios, onde era proibido utilizar calças ou saias curtas, nas férias, as meninas usavam um vestuário muito mais contemporâneo assemelhando-se com as restantes jovens europeias. Segundo uma professora do Porto, nos anos 60, quando tinha 16 anos, disse ter aderido a tudo “era um vestuário revolucionário, todas gostavam de mostrar que eram modernas”. (INQUÉRITO, N°2, PORTO)

Num outro inquérito, uma senhora enfermeira já reformada, considerava que apesar do regime português, cada um utilizava o que queria porque as tendências eram muito versáteis. A senhora aderiu a tudo porque a família dela era moderna e nunca levantou qualquer obstáculo perante as peças mais sofisticadas. Mesmo assim, afirma só ter usado calças por serem muito mais práticas. (INQUÉRITO, N°3, PORTO)

Na mesma cidade, apesar das senhoras serem relativamente mais religiosas do que as de Lisboa e Alentejo, nunca sentiram qualquer tipo de constrangimento próprio, ou da sociedade, ao utilizarem peças com um *design* mais vanguardista. Sentia-se nos colégios, nas empresas estatais e afins, mas já era uma minoria. A mudança era cada vez mais notória em tudo. Portugal começava a preparar-se para os tempos de alteração.

Em grande parte das famílias inquiridas nas zonas urbanas as mulheres vestiam o que entendiam, os maridos e familiares concordavam e apoiavam a mudança.

Nos inquéritos observa-se que Chaves foi sem dúvida a cidade mais conservadora onde a religião católica condicionou com grande impacto o vestuário feminino. As senhoras de classes sociais mais elitistas renegavam a mudança e continuavam a utilizar o vestuário estritamente feminino dos anos 40 e 50, abdicando do conforto e da comodidade das calças.

Comparativamente ao Alentejo, onde não era a religião que mais se opunha à utilização do vestuário moderno, o constrangimento provinha da hipotética anuência, das pessoas assim vestidas, à vida depravada.

No Alentejo de acordo com as senhoras inquiridas, a maioria informou que não existia muito interesse pela moda, eram pessoas muito simples, campestres e de classe social baixa. As senhoras mais endinheiradas eram por sua vez conservadoras, mas compreendiam melhor os tempos de mudança e apoiavam as filhas nesta nova fase.

O desenvolvimento de Portugal nos anos 60 concentrava-se nos focos urbanos, na indústria, na tecnologia e na modernidade. Tais avanços salientavam-se através da literacia nos meios urbanos e cosmopolitas, em detrimento do resto do país habitado por maioria de analfabetos, camponeses ou operários. Nestes últimos, as mulheres interessavam-se pouco pela boa apresentação, pois havia o receio de ser considerada uma vaidade mundana.

De acordo com a pesquisa realizada e avaliação dos inquéritos, produziram-se os seguintes gráficos comparativos.

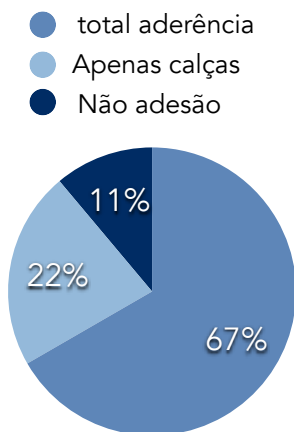


Gráfico n°1-LISBOA; PORTO- Adesão à moda da década de 60

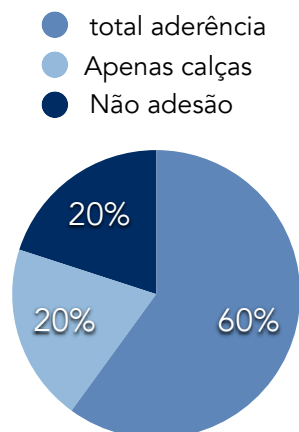


Gráfico n°2 - CHAVES; BEJA- Adesão à moda da década de 60

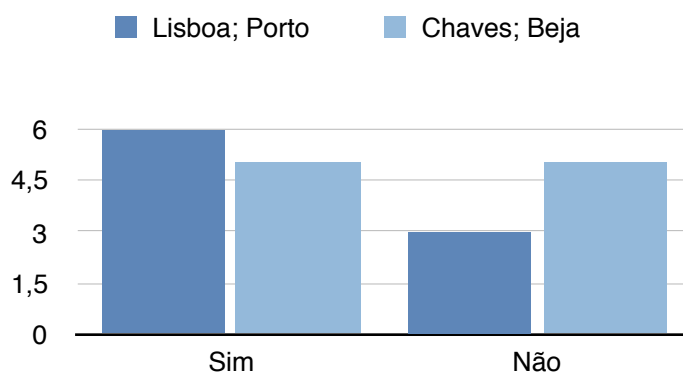


Gráfico n°3- Consideração da atualização da moda em Portugal na década 60 (Atualizada; não atualizada)

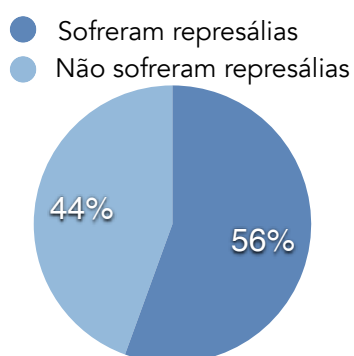


Gráfico n°4- LISBOA; PORTO; Inquiridas que sofreram ou não represálias por parte dos familiares ou sociedade mais próxima.

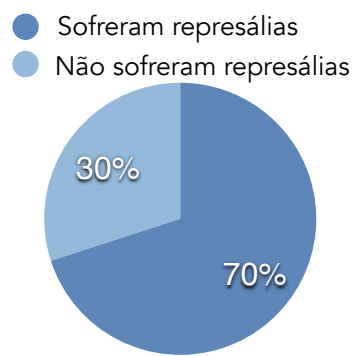


Gráfico n°5- CHAVES; BEJA; Inquiridas que sofreram ou não represálias por parte dos familiares ou sociedade mais próxima.

4.3.2. A moda portuguesas nos centros urbanos

As populações femininas dos centros urbanos portugueses, com determinada cultura e disponibilidade económica acima da média, denotaram bastante facilidade no seguimento da moda, sob as tendências europeias e norte americanas. Na década de sessenta, Portugal, economicamente registava uma expressiva desigualdade na sua população. A maioria, ficava longe do alcance de certos bens, que apenas se apresentavam tangíveis para uma limitada fração de população já bem remunerada. Apenas as famílias com rendimentos significativos faziam mexer os setores fabris.

A moda *prêt-à-porter*, passo a passo, começava a ganhar um terreno considerável. Tal facto implicou o aparecimento de diversas boutiques e lojas pronto-a-vestir, de que foram exemplos Lisboa, na rua Augusta e na Baixa; no Porto na Rua Santa Catarina. Muitas dessas lojas localizavam-se paredes meias com os ateliês de Alta-Costura e casas de tecidos. Nos anos 60, a venda de tecidos ainda dominava o mercado português.

Nos anos 50, quando a Alta-Costura influía fortemente no mercado português, existiam muitas costureiras e mesmo casas de *Haute-Couture*, que se orientavam pela moda francesa, onde Cristian Dior, influente em todo o mundo, regulava substancialmente a moda portuguesa. As revistas portuguesas, durante alguns meses, enumeraram as várias obras de arte de Dior. No caso da revista *Modas & Bordados*, até forneceu um “dicionário” com todos os pormenores da moda descritos deste criador. (GUIMARÃES, 2008,p. 117)

Nestes anos ainda existiam muitas costureiras e modistas em todas as cidades portuguesas, apesar de, no resto da Europa, o pronto-a-vestir estar instalado significativamente em quase todos os centros urbanos desde os anos 50. A notoriedade e proliferação das modistas deveu-se ao enriquecimento do currículo escolar com a disciplina de costura. Por via disso, as meninas

aprendiam a costurar e em regra seguiam a profissão de costureira, ou trabalhavam no ramo como sinal de dinamismo e atualização.

“No topo da escala deste ramo está a costureira que trabalha para uma casa de alta costura. Seguir a moda é importante. Ela traz energia, é um sinal de dinamismo e de actualização. Quando a isso se junta o hábito do convívio social e da necessidade da aparência, torna-se imperativo, aos olhos de alguns, ter um vasto e renovado guarda-roupa.”

(STICHELMAM, 2011,p.37)

Com o avanço dos anos, a exemplo da Europa, também em Portugal estes ateliês de *Alta-Costura* sofreram uma grande queda, sendo substituídos pela constante procura do pronto-a-vestir, que era acessível em maior escala. Com tudo, ateliês como o da Ana Maravilha, o de Sérgio Sampaio e o da Ana do Carmo, souberam adequar-se à modernidade e prevaleceram por entre as novas tendências e procuras. Eram criadores muito determinados e vanguardistas, que se deslocavam frequentemente a Paris, onde se atualizavam e compravam as melhores sedas e tecidos, concebendo para o público português peças lindíssimas e dignificantes. (AVILLETZ,1987,p.14).

De entre as casas de criadores portugueses, foi a da Ana Maravilha que mais se destacou pela sua determinação e adaptação à modernidade. (AVILLETZ, 1987,p.16)

A criadora Ana Maravilha não era contra o pronto-a-vestir como muitos dos seus colegas. Ela foi uma das primeiras pessoas a pensar na utilidade da roupa a baixo custo, não com o intuito de abandonar a *Alta-Costura*, mas de promover o pronto-a-vestir e o apetrechamento de máquinas e outros acessórios necessários à manufatura de roupa barata. Todavia, o esforço por ela investido ficou longe do sucesso pretendido, porque os seus clientes continuavam a procurar peças de elite com acabamentos maravilhosos. Ela perante as dificuldades sempre soube que era preciso acompanhar os tempos

e modernizou os seus modelos de todas as estações. Por isso, orientou o seu trabalho tanto para a Alta-Costura como para o pronto a vestir. A inteligência de Ana Maravilha levou-a a procurar pessoas de destaque nacional para a promoção dos seus modelos. A sua escolha recaiu sobre Amália Rodrigues (1920-1999), um ícone internacional de beleza e fado, que vestindo as peças por ela fornecidas, revelava o talento sublime da criadora portuguesa pelo mundo. (MIMOSO, 1999, pp.14;17)

Na realidade, todos os estilistas em Portugal, tentavam acompanhar as modas e as tendências internacionais. Paris continuava a ser a capital da Alta-Costura, mas Londres estava a ganhar território no pronto-a-vestir devido aos jovens. Portugal nesta altura começou a seguir mais as tendências londrinas do que propriamente as parisienses. (GUIMARÃES, 2008,p.118)

Com a disseminação da moda pela Europa, tanto através de revistas, como de montras e até mesmo dos média, as tendências difundiam-se pelos portugueses e todos gostavam de estar atualizados. Exibir no corpo roupas sofisticadas e modernas era um prenúncio de *status* social.

“ O Chiado, (...), continuou a ser, na década de 60, o principal ponto de encontro e a principal referência para os seguidores da moda, conforme nos relatou Ferreira no seu texto ‘chiado acima... chiado abaixo’ Segundo ele, no chiado acima, o entardecer era a hora da elegância.”

(CARDIM, 2014,p.41).

Estas lojas com roupa *standard* e feita em produção massiva, possibilitavam a acessibilidade da moda a grande parte das classes sociais. Com o aparecimento destas cadeias de lojas modernas e tendênciais, a moda alcançava a classe média e a média alta.“Surge uma euforia do consumo, a implementação do pronto-a-vestir, a emancipação de “modas jovens””(AVILLEZ, 1987,p. 9)

Passear de mini-saia ou de calças nos grandes centros urbanos tornara-se banal. Nem a opressão da guerra fazia desvanecer esta euforia que as jovens sentiam, até mesmo as suas mães tentavam acompanhá-las. Muitas das boutiques de luxo como a 'Loja das Meias', vendiam roupa de Yves Saint Laurent e Mary Quant. (AVILLETZ, Maria, 1987,p. 13).

Mary Quant era uma referência de moda em Portugal. A imprensa portuguesa feminina publicou inúmeros artigos sobre a criadora e sobre os seus modelos. Todo o seu vestuário era desejado e cobiçado pelas jovens. Tanto em Lisboa, como no Porto diversas lojas direccionadas a este setor abriram as portas.



FIGURA 34 e 35. Moda utilizada nas ruas de Lisboa , 1965. (STICHELMAN; TEIXEIRA, 2011, p.29)

Portugal, perante estas transformações viu surgir, nesta década, uma nova sociedade. As jovens não queriam vestir o mesmo que as progenitoras. A situação existente favoreceu a imaginação dos comerciantes e motivou-os a abrir lojas ponto-a-vestir destinadas aos adolescentes, que tiveram grande sucesso tais como *Profírios*, *Delfieu*, *Tara* ou a lingerie *Triumph*.

A loja *Profírios*, tornou-se na época, uma das maiores referências de moda juvenil. Este estabelecimento nacional existia no Porto e em Lisboa. Em meados de 1965, abriu uma terceira loja em Lisboa. Os seus modelos inspirados em Londres, na *Oxford Street*, eram confeccionados e reproduzidos com matérias-primas nacionais. Proporcionava-se, por isso, preços mais reduzidos e acessíveis, universalizando-se os acessos às gangas, às mini-saias e às restantes peças predominantes.

Uma das grandes lojas que também se difundiu e propagou por todo o país, foi a *Triumph*, uma marca de lingerie portuguesa. Esta fábrica cresceu ano após ano, nos *sixties*. Inicialmente as peças eram distribuídas pela firma Pinto de Lima, que por sua vez, com o aumento da procura se estabeleceu por conta própria em todos os setores. Cada vez empregava mais trabalhadores assim como todos os anos abria uma nova loja. Primeiramente vendia cintas e *soutiens*, mas a partir de 1965 começaram a ser fabricados e comercializados fatos de banho, cuecas e combinações .

Muitas das modas e lojas eram divulgadas pelos média femininos portugueses, que davam a conhecer às leitoras as novidades nacionais e as ocorrências internacionais. A imprensa feminina publicava inúmeros artigos sobre os modelos de Mary Quant e publicitava as lojas onde podiam ser adquiridas as suas peças. A euforia da moda acessível impressionou a imprensa e a revista *Crónica Feminina* registou mais procura, graças aos seus conteúdos pouco complexos que acompanhavam as novidades, apesar de filtradas.

“ Os periódicos femininos continuaram a ser um dos vínculos que mais difundiam a moda estrangeira na sociedade portuguesa, influenciando a forma de vestir nos mais diversos setores da vida social e mundana.”

(CARDIM, 2014,p.37)

4.4. A moda portuguesa e as suas variações ao longo da década de 60

O vestuário das portuguesas, na década de 60, em todo o país, apesar dos ditames da política da ditadura vivida na época, já se inspirava fortemente nos modelos parisienses e mais tarde nos londrinos. Diversos fatores influenciaram as circunstâncias e as mentalidades que se projetaram nas cores de vestidos e *design's* dos mesmos.

A revista *Modas & Bordados*, delicadamente generalista, dirigida às classes menos abastadas, promoveu a proliferação da moda com relativo ênfase na afirmação da mulher, dentro dos valores tradicionais, familiares e da conduta social. Não obstante, a mulher era habilmente codificada a comportar-se de uma forma recatada e clássica e isso refletia-se no vestuário. (GUIMARÃES, 2008,p.137)

Em Portugal a moda das classes sociais, durante os anos 50 e nos primeiros anos da década de 60, foi semelhante nos seus cortes e cores porque a censura limitava a criatividade e a disponibilidade de modelos mais arrojados. Notavam-se, no entanto, as diferenças de classes através dos tecidos, dos cortes, da confecção e dos adereços utilizados nos coordenados.

No contexto nacional a moda, na primavera de 1960 foi fértil em testemunhos das inspirações dos portugueses no vestir à moda dos franceses. As classes mais abastadas de Portugal seguiam a chamada linha “fuso”, com vestidos de corte direito e delicada confeção. As peças de roupa eram ornamentadas por golas grandes, achatadas e afastadas do pescoço, o que acabava por fazer sobressair o busto. A saia era geralmente direita e possuía uma amplitude progressiva, inspirada na linha “princesa”, que se caracterizava por ser cintada.

No vestuário do quotidiano existiam três tipos de peças mais usuais como os casacos dos *tailleurs*, sempre curtos, as túnicas lançadas ainda na década anterior, o vestido camiseiro fluído e seguro apenas pelo cinto. Para a época

de mais frio, os coordenados anteriores davam lugar à linha “tubular” complementada por acessórios e adereços elegantes.

“(...) com chapéus de copas altas e estreitas, o corpo do vestuário era liso, a cintura bem marcada ou totalmente ausente, as ancas escorridas e ao longo delas desenhava-se uma saia estreita que era rematada com um folho plissado ou franzido. A linha “tubular” aconselhava utilizar meias pretas, *écharpes* de peles, como se fosse uma gola alta. (...). Este tipo de silhueta favorecia a mulher alta e magra dando a impressão de a tornar mais alta e mais magra”.

(CARDIM, 2014,p.44).

As cidades cosmopolitas portuguesas, esforçavam-se por seguir os criadores parisienses que desenvolviam vestuário sensual onde sobressaíam os corpos femininos nestas peças elegantes, conhecidas como “moda fatal”. As mulheres portuguesas apreciavam este visual “fatal” de *design* francês. Os criadores franceses enalteciam a elegância feminina através de roupas com silhuetas em forma de “S”.

Em 1961, as seguidoras da moda em Portugal já utilizavam despreconceituadamente o uso das calças *cigarette*, modelo francês surgido em 1959. As saias pelo joelho continuavam a manter a sua utilização. As calças modelavam o corpo da mulher e apresentavam-no atraente, o que lhe proporcionava elogios por parte dos críticos de moda. As senhoras tinham dificuldade em defender-se do uso das calças pois eram consideradas irresistíveis. As calças mantinham uma cintura acima da linha natural. Este coordenado era acompanhado por blusas volumosas, com mangas utilizadas sem chumaços, e surgidas em Londres, como a linha “*Swing*”.

Na Primavera de 1962, em Portugal foram visíveis duas tendências bastante distintas na moda feminina. Uma delas manteve o corpo modelado, cintura fina com cinto, saias largas e ombros desnudos; na segunda linha, ganhou vantagem um corpo sem forma, apenas a cintura era marcada. A silhueta

prevaleceu no outono do mesmo ano. Esta moda predominou com a utilização dos chapéus altos. No mesmo ano a casa *Dior* lança a linha “flecha”:

“Cujas características essenciais eram: ombros redondos, busto valorizado, ancas finas, cintura sempre marcada, silhueta direta, flexível, estirada e lançada para a frente, graças ao movimento das saias de costas lisas.”

(CARDIM, 2014,p.45).

A moda da primavera/verão seguinte, em 1963, foi relatada na crônica do *Jornal Feminino*, de acordo com o que era apresentado nos desfiles em Paris. As formas naturais voltavam a ser tendência, abandonando os traços masculinos valorizados na estação anterior. Os ombros volumosos continuavam, mas são complementados por chumaços. Por sua vez, as golas tornaram-se fundamentais nos coordenados, juntamente com as saias direitas até aos joelhos. As cores vivas mantinham influência juntamente com o branco, compondo peças direitas, estreitas e flexíveis. E assim o *design* manteve-se durante a estação outono-inverno, apenas substituída por materiais têxteis mais acolhedores.

No ano seguinte, a moda feminina começou a sofrer as primeiras transformação no vestuário. As saias surgiram acima do joelho pela primeira vez. O verão de 1964 “foi marcado por uma silhueta delgada e estreita que se abria a fio direito com pregas deitadas. As saias sobem a mostrar o joelho e as calças continuam a fazer sucesso”. (CARDIM,2014,p,46). As calças adquiriram um êxito inédito, o estilo *cigarette* favorecia os corpos e as senhoras sentiam-se maravilhosamente bem na sua maioria.

Na estação primavera/verão do ano seguinte,1965, a moda volta a delinear mais a silhueta, com cinturas subidas e estreitas, ancas arredondadas, busto longo e fino com ombros naturais. As saias mantiveram-se acima do joelho. A moda das saias curtas continuava e cada vez adquiria mais adeptas para o seu uso. No outono/inverno deste mesmo ano, a moda tornou-se muito simplista.

"(...) abandonaram-se todos os detalhes supérfluos, a silhueta passou a ser bem construída e extremamente simples, estreita no conjunto e no busto, com ombros um pouco mais largos, mas sempre naturais com muitas mangas " *à raglan*".

(CARDIM, 2014.p.46).

Contudo, no verão de 1966, as saias mantiveram-se curtas, acompanhadas de um busto fino com um alongamento nos ombros. As alterações da moda continuaram e no outono de 1966, a moda manifestou várias inspirações artísticas. Nesta estação, grandes nomes da moda parisiense apresentaram peças avassaladoras inspiradas na arte. Yves Saint Laurent foi um exemplo dessa tendência. Apresentou uma coleção com estampados das pinturas de Tom Wesselmann nos seus vestidos. Para além dele muitos outros criadores inspiravam-se na "*Pop Art*" de Andy Warhol e na "*Op Art*". Portugal, como todo o mundo, sofreu também essas influências que se repercutiram principalmente na indústria têxtil. As silhuetas, design das peças deste ano artístico, eram alongadas e flexíveis, mas com saias acima do joelho como nos anos anteriores.

" A moda neste período foi conjugada sob diversos estilos onde os tecidos tiveram importância fundamental: "*Dandy*", "*Op Art*", entre outros. A moda "*Op Art*" vingou e permaneceu em voga durante todo o ano de 1966. Sobre a "*Op Art*" o periódico *Magazine Semanário Feminino* afirmava que a nova moda em 1966 era a "*Op Art*", cuja palavra poderia ser repetida até ao infinito. À margem desta moda ficava agora a verdadeira moda, (...) foi um movimento artístico que decorreu na década de 1960 com forte influência tanto na moda como no design têxtil. A "*Op Art*" explorava os efeitos dramáticos do *trompe l'oeil* , com os contrastantes de cores e do branco e preto confundindo-se com a "*Pop Art*" para desagrado dos seus autores".

(CARDIM, 2014,p.47).

Terminada a moda da “Op Art”, Christian Dior na primavera de 1967, lançou uma coleção repleta de mini-saias pelo meio da coxa. Nunca outrora a *Haute-Couture* produziu roupa tão curta. Este sucedido, fez com que o designer português Sérgio Sampaio, numa entrevista ao periódico Magazine *Seminário Feminino*, sustentasse a ideia de que a moda estava a ser um fenómeno da juventude, devido à aceitação da mini-saia/collants por entre as adolescentes. No entanto, outros criadores como Pierre Cardin e André Courrèges continuaram a apregoar a inspiração espacial, que já era utilizada desde 1965, conhecida como “*avant-garde*”.



FIGURA 36. Desfile de moda coleção primavera verão, 1967. (STICHELMAN; TEIXEIRA, 2011, p.41)

Os looks compostos por mini-saias, bem curtas, permaneceram nas coleções seguintes, acabando por se esquecer a era espacial.

Em 1968 “saia-calça e a saia-plissada passaram a estar em voga em muitas combinações juntamente com os vestidos “casulo” e os vestidos “camiseiro”, que fizeram muito sucesso. Contudo, começaram a usar-se novamente as

pregas, os franzidos, os godés e os drapeados numa reação ao vestido em forma de saco" (CARDIM,2014,p.48).

Embora habituados a mudanças sazonais, o inverno de 1968 não revelou grandes alterações em relação às tendências utilizadas na estação anterior. As saias curtas que eram muito famosas continuaram a ser pretendidas, apesar de no inverno terem descido novamente até ao joelho. Os ombros continuavam com o caimento ao natural, sem chumaço. Prevaleceram por sua vez as mangas compridas e a cintura no vestuário.

Para o final da década, em 1969, as coleções de primavera/verão adotaram uma silhueta essencialmente feminina. As linhas geométricas e rígidas foram substituídas por tecidos mais macios e cores mais serenas, dando lugar a uma silhueta mais vaporosa, feminina e delicada. A moda *maxi* surge no meio deste ano revelando "um romantismo fora-da-lei, através do uso de roupas compridas e até de velhos trapos, roupas compradas em segunda e terceira mão e de veludos safados." (TEIXEIRA, 2000,p.152)



FIGURA 37. Passagem de modelos de mini-saias no cinema Monumental em Lisboa, 1969 (SETE, 1989, p.21)

Nesta fase, os criadores de moda já não mudavam de linhas de estação em estação. Adotavam um estilo próprio que prolongavam de ano para ano, fazendo apenas pequenas alterações. Este facto ocasionou uma maior variedade de modas individualizadas. Cada criador produzia ao seu gosto concebendo peças únicas e memoráveis. Cada designer utilizava tecidos e cores diferentes dando uso à sua imaginação. Surgiram, por isso, uma multiplicidade de formas, de coordenados, de estilos e no início da década seguinte a unanimidade de tendências deixou de existir.

4.5. Síntese

Durante a prevalência do Estado Novo em Portugal, o desenvolvimento do país foi muito controverso. São várias as opiniões formadas por este governo totalitário que na década de 60 teve Salazar e Marcelo Caetano como presidentes do Conselho, Primeiros Ministros.

O Estado Novo reformulou vários setores. O ensino passou a ser obrigatório até à 4ª classe. As meninas deveriam também frequentar a escola e ter uma aprendizagem igual à dos meninos. Tal obrigatoriedade contribuiu para o apoio da aprendizagem feminina a longo prazo, apesar de se centrar na sua colaboração doméstica e ética familiar.

Tecnologicamente foram desenvolvidas diversas plataformas que favoreceram o desenvolvimento do país e que lhe possibilitaram a dinamização. Mas com o começo da Guerra Colonial, Portugal empobreceu monetariamente e demograficamente. Eram muitos os homens jovens e pais de família alistados no exército, o que proporcionou um retrocesso do país. Com tudo esta decadência não afetou a moda e a proliferação do vestuário nacionalmente.

Eram várias as lojas de pronto-a-vestir que arriscavam e se dedicavam ao público jovem, os novos consumidores das classes económicas mais favorecidas. Eles renegavam os apelos estatais e as políticas vividas.

Na generalidade, a década de 60, em Portugal foi controversa. Caracterizou-se por uma grande instabilidade social criada pela guerra colonial, que levou à diminuição da natalidade e ao empobrecimento geral do país. Mas o setor da moda não sofreu represálias deste efeito, houve sempre evolução e seguimento das tendências vindas dos exterior.

Dentro desta esfera de emancipação e renegação do antigamente, as mulheres também começaram a lutar pelos seus direitos e por um reconhecimento das suas valências. Na maioria seguiam as tendências do vestuário e viam nelas uma forma de manifesto da modernidade, uma afronta ao governo. Elas queriam ser mais instruídas e lutavam pelo ensino e desapego aos encargos simplesmente domésticos ou confinadas a casamentos totalitários, casamentos onde o marido exercia poder total sobre a mulher. O Código Civil português proibiu à mulher o exercício de certas profissões e autorizava o marido a abrir a correspondência da esposa, entre outras manifestas desigualdades.

Mais tarde, num período já fora da investigação feita, aconteceu a 25 de Abril de 1974, a revolução dos cravos. O regime totalitário do Estado Novo era derrubado. Com esta queda foi possível revogar casamentos, possibilitando o direito do divórcio à mulher. A partir dessa data a mulher já não pertencia ao marido e podia ter direito à sua liberdade mesmo dentro do casamento.

A revolução dos cravos, ditou o fim da ditadura e a abertura dos cursos de comunicação social e jornalismo. Surgiu assim uma imprensa livre, sem censura e feita por jornalistas com mais formação e isenção.

5. Conclusão

A década de sessenta no século XX, suscitou particular interesse, fascínio e admiração por ser um período de mudanças, oscilações, belezas e diferenças nunca antes conhecidas, associadas às rebeliões sociais e às alterações demográficas.

A investigação abrangeu o âmbito internacional e um enfoque na moda portuguesa.

Portugal vivia uma situação peculiar. Havia pouca informação, divulgação e conhecimento da moda nacional. Tudo obedecia, obrigatoriamente a uma filtragem e orientação ideológica do Estado Novo.

Esta dissertação, “A Moda e a sua Disseminação entre (1960-1969): A Influência da Moda na Sociedade Feminina”, iniciou-se a partir de inúmeras leituras e exaustivas pesquisas, às Bibliotecas Regionais de Beja e Chaves, à Biblioteca da Faculdade de Arquitetura, à Biblioteca Nacional de Lisboa, ao Arquivo Municipal de Lisboa, ao Arquivo do Museu do Traje, às Bibliotecas das Universidades Lusófona, Escola Superior de Comunicação Social e à consulta de diversos livros.

A informação procurada e adquirida sobre um período tão controverso e interessante, através dos meios apresentados, revelou-se difícil e insuficiente na aquisição de conhecimentos reais dos factos. Por isso, e no alcance da clareza e informações fidedignas, optou-se também pela realização de inquéritos a senhoras portuguesas que tivessem sido jovens na década em estudo, em Portugal. As inquiridas forneceram a verdadeira realidade do país, sem qualquer entrave sobre a moda, usos e costumes da época.

A temática do trabalho dividiu-se em três capítulos. Iniciou-se com o contexto histórico da Moda nos anos 50 e pós-Guerra, prosseguiu com uma análise mais aprofundada da mulher e o vestuário nos anos 60, na generalidade e com

ênfase na Inglaterra. E por fim, foi desenvolvida uma indagação detalhada da mulher e da moda em Portugal.

De acordo com a análise, foi perceptível que na sociedade dos anos 50 a valorização feminina expressava-se essencialmente pela aparência física e pelo vestuário mais delineado e feminino. A beleza das mulheres nesta década era meticulosamente elaborada. Na maioria, elas pretendiam ser perfeitas, elegantes e desejadas aos olhares masculinos. Na altura, houve um maior conhecimento dos benefícios da atividade física, que motivou as mulheres a tonificarem-se, tornando o corpo um objeto de “culto”. Existia uma forte competitividade entre si. Ser elegante indicava uma condição social superior.

Após a II Guerra Mundial a mulher sentiu uma maior necessidade de se afirmar na sua feminidade. As celebridades eram o exemplo disso, tornaram-se ícones e veículos condutores de beleza. As estrelas do cinema europeu, assim como as de Hollywood, eram o reflexo do luxo e beldade que todas as mulheres desejavam. Quando atingiam tal semelhança sentiam-se poderosas e gratificadas.

Nesta década, começaram a surgir as primeiras mulheres emancipadas e revolucionárias, que renegavam esta feminidade excessiva e que lutavam por um modo de ser e estar descontraído, confortável, elegante e independente. Elas e muitas outras mulheres, motivaram as tendências que se seguiriam.

No entanto, a meados dos anos 60, a mentalidade feminina com raízes da década anterior, sofreu drásticas alterações e por consequência a moda também. Esta década foi fortemente impulsionada pelos jovens ingleses e americanos. Eles ditavam os costumes e os estilos, a moda era feita a pensar neles e nas vivências da rebeldia. Pela primeira vez, a moda afirmara-se excentricamente nas mãos de diversos criadores. As mulheres, impulsionadas

pela mudança e emancipação, ultrapassaram as barreiras do pudor e abandonaram toda a delicadeza e vestidos delineados utilizados anteriormente. Nesta década de 60 as calças ganhavam predominância e as mini-saias com *collants* eram uma constante, as jovens impulsionaram a sua utilização.

Os criadores de moda, na maioria, começaram a lançar-se no pronto-a-vestir e nasceram pela primeira vez as multi-marcas. A moda nesta década proliferava e lucrava enfaticamente.

Portugal neste mesmo período, apesar de abalado pela guerra do Ultramar e pelo regime totalitário, acompanhava as tendências e todos os seus lançamentos. As senhoras e jovens dos grandes centros urbanos utilizaram as tendências mundiais e exibiram-nas sem preconceitos e censuras. Mas o mesmo já não acontecia no interior do país. Nestas zonas as senhoras, na maioria, sentiram-se hostilizadas no uso de roupa mais moderna, como as calças e as saias acima do joelho, porque ultrapassavam os padrões mais conservadores. No entanto, as jovens, impulsionadas pela mudança e emancipação feminina mundial, proporcionaram a inserção deste vestuário moderno e a mudança de mentalidades em Portugal.

Mundialmente, o descontentamento dos jovens perante as ideologias conservadoras e falta de liberdade e expressão, levaram a uma das maiores mudanças da sociedade vividas até à data. A mulher pela primeira vez ganhou autonomia, poder e liberdade. Interligada a todas as mulheres, a emancipação, utilizada como força e expressão, acompanhou a moda que evoluiu muitíssimo nesta década de 60. Ela foi utilizada como força de mudança e ganhou as mais variadas formas.

A moda transmitiu sedução e atração por algo desejável. Foi e é o agente supremo da dinâmica individualista nas suas diversas manifestações. Ela apresentou-se em tudo, desde muito cedo, foi no final da década de 50 e na de 60 que se apoderou da televisão, das revistas e de todos os média.

Na modernidade e desde os anos 50, o culto pela novidade e pelas imitações cresceu significativamente. Seguir a vanguarda da moda ainda é um objetivo comum e involuntário. As pessoas utilizam um traje universal que acompanha as tendências. Todas as sociedades, com destaque nas mais endinheiradas, sentem a necessidade e vontade de utilizar o que é novo, deixam-se seduzir pelas últimas tendências em voga. Elas procuram o novo e o diferente para se destacarem das restantes classes.

A moda enaltece a sociedade e as vivências sociais. Ela reúne o prazer de ver e o de ser visto. Ela cria nichos ou núcleos únicos, que se destacam dos demais pelos seus gostos próprios. Grupos que se assemelham mais entre si. Esta afirmação foi mais notória com a emancipação dos adolescentes a partir dos anos 50. Ela impôs e impõe conceitos e éticas próprias, assim como proporciona espaço para o gosto próprio de cada um. Segue um rumo comum, mas com liberdade de escolha. Esta liberdade de explorar o nosso gosto e o prazer no vestir, tornou-se possível a partir dos anos 60.

A moda foi e é uma sedução acompanhada de ambiguidades. Ela é cíclica.

Na esperança de que outras iniciativas surjam sobre os assuntos aqui explanados, acredita-se que futuramente se pondere uma continuidade da investigação e divulgação sobre o impacto que a moda teve ou terá nas mentalidades da sociedade portuguesa feminina atual.

Referencias bibliográficas

AVILLEZ, Maria - A MODA EM PORTUGAL NOS ÚTIMOS TRINTA ANOS. Lisboa: Edição Rolim, 1987.

ALMEIDA, Victor - DESIGN EM PORTUGAL. Vila do Conde: Verso da História-Edições e Conteúdos; SA, 2015. ISBN: 9789898657978.

BALTAZAR, Maria João - DESIGN EM PORTUGAL. Vila do Conde: Verso da História- Edição e conteúdos; SA, 2015. ISBN: 9789898657961.

BRAGA, João- REFLEXÃO SOBRE MODA. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005. ISBN: 8587370324.

BREWARD, Christopher - SWINGINGS SIXTIES. V & A Publicações, 2006. ISBN: 9781851774845.

CARDIM, Varter - A MODA EM PORTUGAL: 1960 A 1999. Lisboa, 2014. ISBN: 978989204799.

CARVALHO, Rómulo - HISTÓRIA DO ENSINO EM PORTUGAL. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1986.

COCHRANE, Lauren - 50 ÍCONES QUE INSPIRARAM A MODA, ESTILISTAS. São Paulo: PUBLIFOLHA; DESIGN MUSEUM, 2015. ISBN: 9788568684061.

ECO, Umberto; vários- PSICOLOGIA DO VESTIR. Lisboa: assírio e alvim, 1989. ISBN: 9723702363.

GUIMARÃES, Maria Alice Pinto - SABERES, MODAS & PÓ-DE-ARROZ, modas & bordados. Vida Feminina (1933-1955). Lisboa: Livros Horizonte, 2008. ISBN: 9789722415422.

GODART,Frédéric - Sociologia da moda. São Paulo: Senac., 2010.ISBN: 9788539600304.

JANSOM, H. W. - HISTORIA DA ARTE. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1989. ISBN: 9723104989.

LOVEGROVE, Keith - AIRLINE, IDENTITY, DESIGN AND CULTURE. London: Laurence King, 2000. ISBN: 1856692051.

LIPOVETSKY, Gilles - O IMPERIO DO EFEMERO, A moda e o seu destino nas sociedades modernas. Lisboa: Dom Quixote, 2ª Edição 2010. ISBN: 9789722041430.

MIMOSO, Maria Thereza - Criação de Moda Portuguesa desde 1959. Lisboa: Museu Nacional do Traje, 1999. ISBN: 972926198.

PEREIRA, Paulo- HISTÓRIA DA ARTE PORTUGUESA. Lisboa. Circulo de Leitores, 1995. ISBN. 9724212254.

PIMENTEL, Irene- História das Organizações Femininas no Estado Novo. Lisboa: Circulo de Leitores, 2000. ISBN: 972422829.

POLHEMUS, Ted - Street Style. London, Vitoria and Albert Museum, 1995. ISBN: 050027794X.

REED, Paula - 50 ÍCONES QUE INSPIRARAM A MODA 1960. São Paulo: PUBLIFOLHA; DESIGN MUSEUM, 2013. ISBN: 9788579144936.

REED, Paula - 50 ÍCONES QUE INSPIRARAM A MODA 1950. São Paulo: PUBLIFOLHA; DESIGN MUSEUM, 2013. ISBN: 9788579144929.

RIELLO, Giorgio - HISTÓRIA DA MODA: DA IDADE MÉDIA AOS NOSSOS DIAS. Lisboa, 2012: Edições textos & grafia. ISBN: 9789888285768.

ROCHA, Cristina; FERREIRA, Manuela - As Mulheres e a Cidadania. Lisboa: Livros Horizonte, 2006. ISBN: 9789722414371

SANT'ANNA, Mara - ELEGÂNCIA BELEZA E PODER - NA SOCIEDADE DE MODA DOS ANOS 50 E 60. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014. ISBN: 9788560166855.

SEELING, Charlotte - Moda: O SÉCULO DOS ESTILISTAS 1900 - 1999. Konemann, 2000. ISBN: 9783829059008.

SOUSA, Alfredo - Os anos sessenta da nossa economia. *Análise Social*, Volume XXX(133), 1995(4.º), 613-630.

STICHELMAN, Anne; TEIXEIRA, Adelaide- Irreverência e Requite- 1964-1974 Moda Mulher Mudanças. Ponta- Delgada: Museu Carlos Machado, 2011. ISBN: 9789726472612.

THÉBAUD, Françoise; PERROT, Michelle; DUBY, Georges - História das Mulheres no Ocidente: Volume 5. O século XX. Lisboa: Edições Afrontamento, 1995. ISBN: 9789723603934.

TEIXEIRA, Maria Braz - O traje como reflexo na mudanças das mentalidades, um balanço da moda no século XX. Coimbra: Almedina, 2005

VENTURA, Isabel - A emergência das Mulheres repórteres nas décadas de 60 e 70. Lisboa: [s.n.], 2007. Universidade Aberta.

VICENTE, Ana- Portugal visto pelo Espanha, correspondência diplomática. Asserio & Alvim, Lisboa. 1992. ISBN: 9723703157.

VINCENT. R, Françoise - As espirais da MODA. S. Paulo: PAZ E TERRA, 1989 ISBN: 38139100904.

WORSLEY, Harriet - 100 IDEIAS QUE MUDARAM A MODA II. London: Laurence King Publishing, 2011. ISBN: 9789899835870.

Referências Bibliográficas de imagens

BREWARD, Christopher - SWINGINGS SIXTIES. V & A Publicações, 2006 ISBN: 9781851774845.

COCHRANE, Lauren - 50 ÍCONES QUE INSPIRARAM A MODA, ESTILISTAS. São Paulo: PUBLIFOLHA; DESIGN MUSEUM, 2015. ISBN:9788568684061.

ELLE, L'HEBDOMADAIRE DE LA FEMME - N°587- 25 de Março 1957. Paris

FFLOULKES, Fiona - HOW TO READ FASHION, A crash course in understanding style. LONDON: HERBERT PRESS, 2010. ISBN: 9781408128398.

KETNER, Joseph D. - Andy Warhol. Phaidon, 2013. ISBN: 9780714861586.

La colección del Instituto de la Indumentaria de Kioto - MODA, Una historia desde el siglo XVIII al siglo XX. Madrid: TASCHEN, 2010. ISBN: 9783822826812.

LEHNERT, Gertrud - História da Moda – Do Século XX. Germany, 2001.

LOVEGROVE, Keith - AIRLINE, IDENTITY, DESIGN AND CULTURE. London: Laurence King, 2000. ISBN: 1856692051.

NIEDER, Alison A.; HEIMANN, Jim - 20th-Century Fashion. TASCHEN, 2016. ISBN: 9783836522793.

POLHEMUS, Ted - Street Style. London, Vitoria and Albert Museum, 1995. ISBN: 050027794X.

REED, Paula - 50 ÍCONES QUE INSPIRARAM A MODA 1960. São Paulo: PUBLIFOLHA; DESIGN MUSEUM, 2013. ISBN: 9788579144936.

REED, Paula - 50 ÍCONES QUE INSPIRARAM A MODA 1950. São Paulo: PUBLIFOLHA; DESIGN MUSEUM, 2013. ISBN:9788579144929.

SEELING, Charlotte - Moda: O SÉCULO DOS ESTILISTAS 1900- 1999.
Konemann, 2000. ISBN: 9783829059008.

SETE- Especial anos 60- Especial Aniversário. 28-6-1989

STICHELMAN, Anne; TEIXEIRA, Adelaide - Irreverência e Requite- 1964-1974
Moda Mulher Mudanças. Ponta- Delgada: Museu Carlos Machado, 2011. ISBN:
9789726472612.

STEVENSON, N. J - Cronologia Da Moda. De Maria Antonieta A Alexander
Mcqueen. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.

Bibliografia

Contextos históricos e desenvolvimento das temáticas

ALMEIDA, João; PINTO, José - A INVESTIGAÇÃO NAS CIÊNCIAS SOCIAIS. Lisboa: EDIÇÃO PRESENÇA, 1990.

BAHDANOWICZ, Janet; CLAMP, Liz - FASHION MARKETING. London: Routledge, 1994. ISBN: 0415059399.

BASSIE, Ashley - EXPRESSIONISM. Vietman: Parkstone, 2008. ISBN: 9781844844579.

BAUDOT, Francois- FASHION THE 20TH CENTURY. Londres: Universo, 2006. ISBN: 978-0789313973.

BRAGA, João - REFLEXÃO SOBRE MODA. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005. ISBN: 8587370324.

BREWARD, Christopher - SWINGINGS SIXTIES. V & A Publicações, 2006 ISBN: 9781851774845.

BRITO, Miguel Fialho; TEIXEIRA, Madalena Braz - A moda do século 1900-2000. Lisboa: Museu Nacional do Traje, 2000. ISBN: 9729261547.

BURUMA, Anna - Liverty and Co. in the Fifties and Sixties. London: ACC Edition, 2009. ISBN: 9781851495726.

COCHRANE, Lauren - 50 ÍCONES QUE INSPIRARAM A MODA, ESTILISTAS. São Paulo: PUBLIFOLHA; DESIGN MUSEUM, 2015. ISBN:9788568684061.

COSGREVE, Bronwyn - História da indumentária e da Moda, Da antiguidade aos dias atuais. Editorial Gustavo Gili. GG Moda,2012. ISBN: 9788425224591.

DORFLES, Gillo - A moda da Moda. Lisboa: Arte e Comunicações, 1988.

DERRICK, Robin; MUIR, Robin - UNSSER THE SECRET HISTORIO OF FASHION PHOTOGRAPHY VOGUE. Great Britain: Little, Brown, 2002. ISBN: 9780316727662.

DERRICK, Robin; MUIR, Robin - The faces of fashion VOGUE Model. Britain: Little Brown, 2010. ISBN: 9781408702543.

DUBY, Georges; PERROT, Michelle - História das Mulheres do Século XX. Lisboa: Afrontamento, 1995. ISBN: 9789723603934.

ELGER, Dietmar - EXPRESSIONISM, A revolucion in German Art. Germany: TASCHEN, 1988. ISBN: 3822802743.

FLOULKES, Fiona - HOW TO READ FASHION, A crash course in understanding style. LONDON: HERBERT PRESS, 2010. ISBN: 9781408128398.

FERNANDES, Vicky - A arte de saber vestir. Lisboa: A espiral dos Livros, 2011. ISBN: 9789896263157.

FONTES, Martins - Conferências escritas por Christian Dior para a Sorbonne. São Paulo: Martins Editora Livraria Ltda, 2011. ISBN: 9788580630145.

GODART, Frédéric- Sociologia da moda. Senac. São Paulo, 2010. ISBN: 9788539600304.

JANSOM, H. W. - HISTORIA DA ARTE. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1989. ISBN: 9723104989.

KENSINGTON, South - The Glamour of Italia fashion Since 1945-2014. LONDON: V & A Publishing, 2014. ISBN: 9781851778171.

KETNER, Joseph D. - Andy Warhol. Phaidon, 2013. ISBN: 9780714861586.

La colección del Instituto de la Indumentária de Kioto - MODA, Una história desde el siglo XVIII al siglo XX. Madrid: TASCHEN, 2010. ISBN: 9783822826812.

LEHNERT, Gertrud - História da Moda – Do Século XX. Germany, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles - O IMPERIO DO EFEMERO, A moda e o seu destino nas sociedades modernas. 2ª Edição. Lisboa: Dom Quixote, 2010. ISBN: 9789722041430.

LOVEGROVE, Keith - AIRLINE, IDENTITY, DESIGN AND CULTURE. London: Laurence King, 2000. ISBN: 1856692051.

MAIOLI, Fah - Manual Coolhunting métodos e práticas. Porto Alegre: Vidráguas, 2014. ISBN: 9788562077111

MARIE GRAU, François - La haute couture, Que sais-je?. france, 2002. ISBN: 2130510485.

NIEDER, Alison A.; HEIMANN, Jim - 20th-Century Fashion. TASCHEN, 2016. ISBN: 9783836522793.

PEACOCK, John - The Complete Fashion Sourcebook. London: Thames and Hudsun, 2005. ISBN: 9780500285725.

POLHEMUS, Ted - Street Style. London, Vitoria and Albert Museum, 1995. ISBN: 050027794X.

RAMOS, Eugene- ANTONIO 60-70-80 THREE DECADES OF FASHION ILLUSTRATION. London: Thames and Hudson, 1995. ISBN:0500278628.

REED, Paula - 50 ÍCONES QUE INSPIRARAM A MODA 1960. São Paulo: PUBLIFOLHA; DESIGN MUSEUM, 2013. ISBN: 9788579144936.

REED, Paula - 50 ÍCONES QUE INSPIRARAM A MODA 1950. São Paulo: PUBLIFOLHA; DESIGN MUSEUM, 2013. ISBN:9788579144929.

RIELLO, Giorgio - Breve historia de la moda. Barcelona: Editora Laterza,2012. ISBN: 9788425228773.

RIELLO, Giorgio - HISTÓRIA DA MODA: DA IDADE MÉDIA AOS NOSSOS DIAS. Lisboa, 2012: Edições textos & grafia. ISBN: 9789888285768.

ROBERTO, José; CABRAL, Adelaide; COSTA, Sara - Anos 1960-1969 A era em que o mundo mudou. Lisboa: Planeta de Agostini, Visão Expresso, 2010. ISBN-9789896511562.

RUHBERG. SCHNECKENBURG. FRICKE. HONNEF- Arte do século XX. Pintura, Escultura. Novos media. Fotografia. China. TASCHEN, 2012. ISBN: 9783836542074.

SCHVVAAB, Catherine - Talk about fashion. Flammarion, 2013. ISBN: 9782080301697

SEELING, Charlotte - Moda: O SÉCULO DOS ESTILISTAS 1900- 1999. Konemann, 2000. ISBN: 9783829059008.

SANT'ANNA, Mara - ELEGÂNCIA BELEZA E PODER - NA SOCIEDADE DE MODA DOS ANOS 50 E 60. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014. ISBN: 9788560166855.

STEELE, Valerie - FIFTY YEARS OF FASHION, NEW LOOK TO NOW. Paris: YALE UNIVERSITY PRESS, 2000. ISBN: 0300087381.

STEVENSON, N. J - Cronologia Da Moda. De Maria Antonieta A Alexander Mcqueen. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.

STICHELMAN, Anne; TEIXEIRA, Adelaide - Irreverência e Requite- 1964-1974 Moda Mulher Mudanças. Ponta- Delgada: Museu Carlos Machado, 2011. ISBN: 9789726472612.

SIEGEL, Eliot - The Fashion Photography Course: First Principles to Successful Shoot - The Essential Guide, 2008. London: Thames & Hudson. ISBN: 9780500287699.

TERTULIANO - A moda Feminina- os espetáculos. Lisboa- São Paulo: Verbo

THÉBAUD, Françoise; PERROT, Michelle; DUBY, Georges - História das Mulheres no Ocidente: Volume 5. O século XX. Lisboa: Edições Afrontamento, 1995. ISBN: 9789723603934.

VÁRIOS. - THE FASHION BOOK. New York: Phaidon Press, 1998. ISBN: 9780714865577.

VÁRIOS - Fashion is... New York: Abrams Books, 2014. ISBN: 9781419711688.

VIEIRA, Joaquim - Portugal Século XX; crônica em imagens 1960-1960. Circulo de Leitores, 1999. ISBN 978972215566.

VICENTE, Ana - Portugal visto pelo Espanha, correspondência diplomática. Lisboa: Asserio & Alvim. 1992. ISBN: 9723703157.

VINCENT. R, Françoise - As espirais da MODA. S.Paulo: PAZ E TERRA, 1989. ISBN: 38139100904.

WILSON, Elizabeth - ENFEITADA DE SONHOS. Rio de Janeiro: arte & comunicação. Edições 70, 1985. ISBN: 9789724402239.

WORSLEY, Harriet - 100 IDEIAS QUE MUDARAM A MODA II. London: Laurence King Publishing, 2011. ISBN: 9789899835870.

WOTSON, Linda - Fashion Visionaries. Londres: Laurence King, 2015. ISBN: 978780675787.

Moda, mulher e arte em Portugal

ALMEIDA, Victor - DESIGN EM PORTUGAL. Vila do Conde: Verso da História-Edições e Conteúdos; SA, 2015. ISBN: 9789898657978.

Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres - As mulheres e o Estado. Lisboa: Universidade Aberta, 1999.

AVILLEZ, Maria - A MODA EM PORTUGAL NOS ÚTIMOS TRINTA ANOS. Lisboa: Edição Rolim, 1987.

BALTAZAR, Maria João - DESIGN EM PORTUGAL. Vila do Conde: Verso da História- Edição e conteúdos; SA, 2015. ISBN: 9789898657961.

BIBLIOTECA NACIONAL DE LISBOA - A MODA EM PORTUGAL ATRAVÉS DA IMPRENSA 1807-1991. LISBOA: Biblioteca Nacional, 1991. ISBN: 9725651669

BOGDAN, Robert; BIKLEN, Sari - INVESTIGAÇÃO QUALITATIVA EM EDUCAÇÃO, Uma introdução à teoria e aos métodos. Porto: Porto Editora, 1994. ISBN : 9720341122.

CARDIM, Varter - A MODA EM PORTUGAL: 1960 A 1999.lisboa,2014. ISBN: 978989204799.

CARVALHO, Rómulo - HISTÓRIA DO ENSINO EM PORTUGAL. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1986.

COUTINHO, Maria - Racionalidade Comunicativa e Desenvolvimento Humano em Jurgen Habermas, Bases de um pensamento educacional. Lisboa: Edições Colibri, 2002.

DACOSTA, Fernando - NASCIDO NO ESTADO NOVO. Braga: Circulo de Leitores, 2002. ISBN: 9724227057.

GRÁCIO, Sérgio - ENSINOS TÉCNICOS E POLÍTICA EM PORTUGAL 1910/1990. Lisboa: Instituto PIAGET. ISBN: 9728404596.

GRÁCIO, Sérgio - Política Educativa como Tecnologia Social, As reformas dos Ensino Técnico de 1948 e 1983. Lisboa: Livros Horizonte, 1986.

GUIMARÃES, Maria Alice Pinto - SABERES, MODAS & PÓ-DE-ARROZ, modas & bordados. Vida Feminina (1933-1955). Lisboa: Livros Horizonte, 2008. ISBN: 9789722415422.

MIMOSO, Maria Thereza - Criação de Moda Portuguesa desde 1959. Lisboa: Museu Nacional do Traje, 1999. ISBN: 972926198

MORROW; TORRES, Carlos- TEORIA SOCIAL E EDUCAÇÃO, Uma crítica das teorias da Reprodução Social e Cultural. Porto: Edições Afrontamento, 1997. ISBN: 9723604280.

MOTA, José Ferraz - A mulher através da História. Braga: APPACDM, 2001. ISBN: 9728699034.

PEREIRA, Paulo - HISTÓRIA DA ARTE PORTUGUESA. Lisboa. Circulo de Leitores 1995. ISBN: 9724212254.

PEREIRA, Paulo - 2000 Anos de Arte em Portugal. Lisboa: Temas e Debates, 1999. ISBN:9727591736.

PIMENTEL, Irene - História das Organizações Femininas no Estado Novo. Lisboa: Circulo de Leitores, 2000. ISBN: 972422829.

RIBEIRO, Maria Helena Marques Leal Mithá - As mulheres na sociedade portuguesa dos anos 30 vistas através de romances de Aurora Jardim. Lisboa, 2000.

ROCHA, Cristina; FERREIRA, Manuela - As Mulheres e a Cidadania. Lisboa: Livros Horizonte, 2006. ISBN: 9789722414371

STICHELMAN, Anne; TEIXEIRA, Adelaide- Irreverência e Requite- 1964-1974 Moda Mulher Mudanças. Ponta- Delgada: Museu Carlos Machado, 2011. ISBN: 9789726472612.

SOUSA, Alberto - Anos 60, da nossa Economia. Analise Social, Lisboa. 1995

TEODORO, António - A Construção Política da Educação, Estado, mudanças sociais e políticas educativas no Portugal contemporâneo. Porto: Edições Afrontamento, 2001. ISBN: 9723605856.

VICENTE, Ana- Portugal visto pelo Espanha, correspondência diplomática. Asserio & Alvim, Lisboa. 1992. ISBN: 9723703157.

Extras; Apoio de Escrita

BELL, Judith - COMO REALIZAR IM PROJETO DE INVESTIGAÇÃO. Lisboa: Gradiva,1993.

COÉFFE, Michel - Guia dos MÉTODOS DE TRABALHO. Paris: EDIÇÕES CETOP, 1990.

COUTINHO, Maria- Racionalidade Comunicativa e Desenvolvimento Humano em Jurgen Habermas, Bases de um pensamento educacional. Lisboa: Edições Colibri, 2002.

DAMAS, Maria; KETELE, Jean - Observar para avaliar. Coimbra: Livraria Almedina, 1985.

MARQUES, António - TENTO NA LÍNGUA!. Lisboa: PLÁTANO EDITORIAL, 2002. ISBN: 9727701280

TUCKMAN, Bruce - MANUAL DE INVESTIGAÇÃO EM EDUCAÇÃO. Lisboa: FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN, 2000. ISBN: 9723108798

Teses/ Dissertações ou outras provas académicas

ALBUQUERQUE, Maria Heloisa - Traje Feminino e Moda através da Pintura - A Burguesia do Realismo à Belle Époque. Lisboa: [s.n.], 2011. Tese de Doutoramento em Design, Universidade de Lisboa, Faculdade de Arquitetura.

ALMEIDA, A - Trabalho feminino e estratégias familiares, Análise social. Lisboa: [s.n.], 1985.

ALMEIDA, V - Mobilizemos as mulheres , a questão feminina no PCP, anos 40, Abordagem a uma cultura de resistência. Lisboa: [s.n.], 2006. Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.

BATISTA, Virginia do Rosário - As mulheres no mercado de trabalho em Portugal. Lisboa: [s.n.], 1998. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.

GARCIA, Ana Margarida- A Moda feminina no Estado Novo. A relação da Moda e da Política nos anos sessenta em Portugal. Lisboa: [s.n.], 2011. Universidade de Lisboa, Faculdade de Arquitetura.

PARREIRA, Jorge - O plano de Educação Popular (1952-1956): Um Desígnio da Educação Nacionalista para a Escolaridade Obrigatória. Lisboa: [s.n.], 2006. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

SOUSA, Alfredo - Os anos sessenta da nossa economia. *Análise Social*, Volume XXX(133), 1995(4.º), 613-630.

VENTURA, Isabel - A emergência das Mulheres repórteres nas décadas de 60 e 70. Lisboa: [s.n.], 2007. Universidade Aberta.

Jornais, Revistas e Catálogos

Modas e bordados, A vida Feminina- 30 de junho de 1965

Modas e bordados vida feminina- 2846- 24 de agosto de 1966

Modas e bordados, A vida feminina- 2851- 28 de setembro de 1966

Modas e bordados, A vida feminina - 2867- 18 de janeiro de 1967

Modas e bordados, A vida feminina - 2868- 25 de janeiro de 1967

Modas e bordados, A vida feminina - 2875- 15 de março de 1967

Modas e bordados, A vida feminina- 2899-30 de agosto de 1967

Modas e bordados, A vida feminina - 2936- 15 de maio de 1968

Modas e bordados, A vida feminina - 2971- 15 de janeiro 1969

SETE- Especial anos 60- Especial Aniversário. 28-6-1989

TEIXEIRA, Maria Braz - O traje como reflexo na mudanças das mentalidades, um balanço da moda no século XX. Coimbra: Almedina, 2005

ELLE, L'HEBDOMADAIRE DE LA FEMME - N°587- 25 de Março 1957. Paris

Registo de filmes e series

ANDERSON, Paul Thomas - Inherent Vice. (2015)

BONELLO, Bertrand - Saint Laurent. (2014)

BURTON, Tim - The big Eyes. (2014)

EDWARDS, Blake - Breakfast Tiffany's. (1961)

HANCOCK, John Lee - The Founder. (2016)

HELGELAND, Brian - LEGEND. (2015)

HIRCKENLOOPER, George - Factory Girl. (2006)

LARRAIN, Pablo - Jackie. (2017)

LESPERT, Jalil - Yves Saint Laurent. (2014)

NEWELL, Mike - Mona Lisa Smile. (2003)

WEINER, Matthew; HORNBACHER, Scott - MAD MEN. (2007-2015)

ZEMMECKIS, Robert - Forest Camp. (1994)

Anexos

Os inquéritos realizados encontram-se digitalizados na pasta “anexos. inquéritos digitalizados”.